

TAMPEREEN YLIOPISTO

Tiina Leppiniemi

PARODIA TOIMII KUHA LIIOITTELEE

Meemi parodian tyypillisenä mediamuotona 2010-luvulla

Mediakulttuurin pro gradu -tutkielma

Viestinnän, median ja teatterin yksikkö

Huhtikuu 2016

TAMPEREEN YLIOPISTO

Viestinnän, median ja teatterin yksikkö

TIINA LEPPINIEMI: Parodia toimii kuha liioittelee - Meemi parodian tyypillisenä mediamuotona 2010-luvulla

Pro gradu -tutkielma, 88 sivua + liite

Mediakulttuurin maisteriohjelma

Huhtikuu 2016

Parodia vaikuttaa olevan 2010-luvun hitti, sillä huumorin lajiin törmää useissa medioissa. Parodia nousee erityisesti esiin tämän ajan tyypillisessä mediamuodossa, meemissä.

Meemit ovat yleensä kuvia tai videoita, joiden tekstiä muokataan yhä uudestaan. Ne ivaavat ajankohtaisia aiheita oivaltavalla parodialla. Meemien olemassaoloon liittyy olennaisesti sirkulaatio eli sisältöjen kierto. Meemit kiertävät ja leviävät nopeasti käyttäjiltä toisille ja nostavat meemin aiheen ja parodian digitaalisen julkisuuden keskiöön.

Meemit ja niiden parodia valikoituivat tutkielmani aiheeksi, sillä halusin ymmärtää paremmin kiehtovaa mediamuotoa.

Tutkielman tavoitteena on selvittää, millaisia parodiset meemit ovat, mikä niitä yhdistää ja miten parodia meemissä toimii. Aineistona on 20 erilaista meemiä, joita tutkin kahdessa osassa. Ensimmäisessä osassa tutkin meemien yleisiä piirteitä, toisessa keskityn tarkastelemaan yhden meemin parodiaa. Tutkielmani on monimetodinen työ: käytän apunani teoriaohjaavaa sisällönanalyysiä ja multimodaalista tekstianalyysiä.

Työn tulosten mukaan meemit saavat inspiraationsa ajankohtaisista aiheista. Ne saattavat yhteen epätodennäköisiä aiheita ja ovat kovia liioittelemaan. Parodiset meemit ammentavat julkisuudesta ja käyttävät pilkan välineenä tunnettuja henkilöitä. Menestyksen takana on myös katsojien puhuttelu.

Asiasanat: meemi, parodia, sirkulaatio, digitaalinen julkisuus

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
1.1 Tutkimuksen aihe ja tutkimuskysymykset	2
1.2 Tutkimuksen eteneminen.....	3
1.3 Tutkimuksen etiikka.....	4
2 PARODISET MEEMIT VERKKOKULTTUURIN YTIMESSÄ.....	6
2.1 Mediaa kulutetaan, käytetään, koetaan ja tuotetaan.....	6
2.2 Digitaalisesta julkisuudesta ja sirkulaatiosta	9
2.3 Epäkunnioittava internetkulttuuri	12
3 TEOREETTINEN VIITEKEHYS	14
3.1 Meemin määritelmä.....	14
3.2 Parodian määritelmä.....	18
3.2.1 Parodia karnevalismista postmoderniin	22
3.2.2 Parodian tarkoituksesta ja keinoista.....	25
3.2.3 Parodian tunnistaminen.....	29
3.3 Teknologia yhdistää meemit ja parodian.....	32
3.4 Tutkimuksen sijoitus aikaisempaan tietoon.....	33
4 PUTIN JA KUMPPANIT - ANALYYSIN ENSIMMÄINEN OSA.....	36
4.1 Aineistona 20 meemiä	36
4.2 Analyysi.....	54
4.3 Johtopäätökset	63
5 HITLER KUULEE TALVIVAARSTA - ANALYYSIN TOINEN OSA	67
5.1 Tarkastelussa yksi meemi	67
5.2 Analyysi.....	69
5.3 Johtopäätökset	77
6 LOPUKSI	79
6.1 Tutkimuksen onnistumisen arviointia.....	81
6.2 Ideoita jatkotutkimukselle	82
7 LÄHTEET	84
LIITE.....	89

1 JOHDANTO

Bileet opiskelukavereiden kanssa lähestyivät, mutta tämän opiskelijan tilin saldo näytti surkealta. Chattailimme opiskelukavereideni kanssa bileistä ja kerroin tulevani nollabudjetilla paikalle. Muutaman minuutin päästä yksi ystävästäni päivitti Facebook-seinälleni piirroskuvan Batmanista, joka läpsäisee Robinia (kuva yksi). Puhekuplassa Robin voivottelee, ettei ole rahaa juhlia, johon Batman omassa puhekuplassaan vastaa ytimekkäästi ”luotolla!”. Purskahdin nauruun ja lähdin juhlimaan, luotolla.



Kuva 1

Kiinnostukseni meemeihin lähti tuosta hetkestä. Meemit ovat netti-ilmiöitä, joita käyttäjät sekä muokkaavat että levittävät eteenpäin (Hirvonen 2012). Meemit leviävät verkossa nopeasti ja vähäpätöisiltäkin vaikuttavat aiheet voivat toisinaan saavuttaa suuren suosion (emt.).

Erityisesti meemeissä kiehtoo niiden käyttämä huumorin laji: parodia. Hosiaisluomo (2003, 686) määrittelee parodian ivamukaelmaksi, jossa usein vakava kirjoitus, taideteos tai kirjallisuudenlaji saatetaan naurunalaiseksi jäljittelemällä teoksen tyyliä, kieltä, esitystapaa, rakennetta tai sisältöä. Kohteen tiettyjen piirteiden liioittelu tai sen heikkoon kohtaan keskittyminen ovat yleisiä tapoja luoda parodinen vaikutelma (emt).

Kanadalaisen kirjallisuudentutkija Linda Hutcheonin (2000) mukaan parodia muuttaa niin sanotusti muotoaan eri kulttuureissa ja eri aikoina. Kulttuuri siis vaikuttaa eläessään, muuttuessaan ja kehittyessään myös parodiaan. Pitkin historiaa parodia on keskittynyt erilaisiin taidemuotoihin ja erilaisiin tapoihin parodioida niitä. Ensimmäiset tunnustelut parodiasta olivat kerronnallisia runoja, jotka olivat kohtuullisen mittaisia ja käyttivät eepistä mittaa ja kieltä, mutta arkipäiväistä kohdetta (Hutcheon 2000, 32).

Parodia on 2010-luvulla suosittu huumorin laji Suomessa, ja sen suosio näkyy erityisesti viihdemedian puolella. Televisiokanavat tarjoavat katsojille parodiaa käyttäviä viihdeohjelmia, ja kyseinen huumorin laji vilahtelee myös elokuvissa ja kirjoissa. 2010-luvun alun suosituin television viihdeohjelma oli *Putous*, jossa näyttelijät esittivät sketsejä ja joutuivat esiintymään improvisoiden. Ohjelman suosituin sketsi oli Vuoden sketsihahmo -kilpailu, jonka hahmot olivat usein parodisia. Vuoden 2015 alussa huomiota herätti viihdeohjelma *Kingi*, jossa parodioitiin stereotyyppisiä laulukilpailijoita ja populaarijulkisuuden henkilöitä.

Hutcheon (2000) käyttää esimerkkejä modernista kirjallisuudesta, visuaalisesta taiteesta, musiikista, elokuvista, teatterista ja arkkitehtuurista arvioidakseen, mitä parodia on ja mitä se tekee. Hänestä parodian nykytilan selvittäminen on tärkeää, koska parodia on läsnä kaikkialla, kaikissa taidemuodoissa. Parodian tutkiminen on Hutcheonin teorian perusteella aina ajankohtaista. Erityisen mielenkiintoiseksi parodian tutkimisen tekee sen läsnäolo monissa mediaesityksissä ja -teksteissä.

Kokemukseni perusteella 2000-luvun suurimpia parodian äänenkannattajia ovat kuitenkin meemit. Ne ovat useimmiten teräviä ja oivaltavia piloja ajankohtaisista aiheista. Niiden leviämisoima on uskomaton: esimerkiksi Batman läpsäisee -meemi lähti vuosia sitten leviämään nopeasti ympäri maailmaa tuhansien käyttäjien silmien eteen. Eikä tälle meemille näy loppua; meemin generaattori on edelleen käyttäjien ulottuvilla¹.

1.1 Tutkimuksen aihe ja tutkimuskysymykset

Tarkastelen tutkimuksessani meemejä parodian tyypillisenä mediamuotona 2010-luvulla. Tavoitteenani on selvittää, millaista parodiaa tätä aikaa kuvaava digitaalinen mediamuoto,

¹ Batman Slapping Robin Meme Generator: <https://imgflip.com/memegenerator/Batman-Slapping-Robin>.

meemi, tuo esiin ja miten. Tutkimusaiheenani on parodisten meemien toimintalogiikka, meemien parodian keinot sekä parodian toiminta.

Tutkimuskysymykseni ovat:

Mikä parodisia meemejä yhdistää?

Miten meemin parodia toimii?

Työni jatkaa parodiaan liittyvää tutkimusta ja valaisee osaltaan myös meemien maailmaa. Useimmiten parodia naurattaa sen tulkitsijaa, mutta nauru ja huumori eivät ole tämän tutkimuksen varsinaisina aiheina. Tutkimukseni tulokset paljastavat palan mediakulttuurin tilaa 2010-luvulla ja tarjoavat parhaimmillaan kuvauksen tietystä hetkestä ja tietystä näkökulmasta mediakulttuurin aikajanalla.

Tulokset myös kertovat jotain meistä, meemien maailmassa elävistä internetin käyttäjistä ja digitalisoitumisen syleilemän yhteiskunnan jäsenistä. ”Mediakulttuuri on kiistanalainen alue, jossa avainasemassa olevat sosiaaliset ryhmät ja kilpailevat ideologiat kamppailevat valta-asemasta, ja jossa yksilöt elävät nämä kamppailut mediakulttuurien kuvien, diskurssien, myyttien ja näytösten kautta.” (Pullen & Rhodes 2011, 528).

1.2 Tutkimuksen eteneminen

Tutkimukseni seuraavassa luvussa kuvaan 2010-luvun verkkokulttuuria, jossa parodisia meemejä tuotetaan, koetaan ja kulutetaan. Kuvaan sitä, millaisessa digitaalisessa julkisuudessa meemit leviävät. Luvussa kolme avaan tutkimukseni teoreettisen viitekehyksen. Määrittelen meemit sekä parodian ja perehdytän lukijaa parodian historiaan sekä parodian keinoihin ja tunnistamiseen. Kuvaan myös, millaiseen tutkimuskenttään oma tutkimukseni sijoittuu ja millaista lisäarvoa tutkimustulokseni tähän kenttään tuovat. Aiheesta aikaisemmin tehdyllä tutkimustiedolla on tutkimuksessani tärkeä rooli.

Tutkimukseni analyysi jakautuu kahteen osaan. Analyysin ensimmäisessä osassa (luku neljä) tavoitteeni on saada selville, minkälainen parodia meemejä yhdistää ja mitä yhteistä meemeillä on. Analyysin ensimmäisessä osassa aineistonani on 20 meemiä. Esittelen luvussa aineiston, kuvaan, miten analyysin toteutin, sekä kerron tekemäni johtopäätökset.

Analyysini toisessa osassa (luku viisi) syvennyn tarkemmin yhteen meemiin. Aineistomeemi on yksi analyysin ensimmäisen osan 20 meemistä. Apunani ovat ensimmäisen osan analyysistä saamani tulokset. Perustelen aineistovalintani, avaan analyysini toteutustavan sekä esittelen johtopäätökset.

Tutkimukseni edustaa laadullista tutkimusta ja on monimetodinen työ. Aineiston ensimmäisessä osassa analysoin aineistoa teoriaohjaavan sisällönanalyysin avulla, toisessa osassa apunani on multimodaalinen tekstianalyysi. En esittele analyysimenetelmiäni erillisessä luvussa, vaan esittelen metodini analyysini lomassa (luvut neljä ja viisi). Näin tutkimukseni etenemistä ja metodien käyttöä on helpompi seurata.

Luvussa kuusi sidon tutkimukseni annin yhteen. Palaan tutkimuskysymysten ääreen ja peilaan niitä saamiini tuloksiin. Pyrin liittämään analyysillä saavuttamani tulokset ja johtopäätökset teoreettisen viitekehyksen avulla laajempaan kontekstiin, ja pohdin tutkimukseni tieteellistä ja yhteiskunnallista merkitystä. Arvioin myös tutkimukseni onnistumista kriittisellä otteella ja tarjoan aiheita lisätutkimuksille.

1.3 Tutkimuksen etiikka

Huolehdin tutkimukseni rehellisyydestä raportoimalla tutkimukseni tavoitteet, tutkimusmenetelmäni ja -aineistoni sekä tutkimustulokseni avoimesti ja ymmärrettävää yleiskieltä käyttäen. Avaan tutkimusprosessiani tutkimuksen edetessä ja pyrin avoimesti kertomaan, miten ja miksi olen tehnyt tutkimuksen etenemisen kannalta välttämättömiä valintoja ja miten olen ratkaissut kohtaamani ongelmat. Erityisesti pyrin tarkastelemaan kriittisesti omaa toimintaani ja onnistumistani tutkijana.

Toisten tutkijoiden huomioon ottamisen ja kunnioittamisen varmistan merkitsemällä lähdeviitteet tekstiin sekä tuomalla tutkijoiden tulokset esiin oikeassa valossa (Vilkkä 2005, 30).

Yksi tutkimukseni etiikkaan liittyvä erityinen aspekti liittyy aineiston käyttöön. Aineistonani on 20 meemiä, jotka ovat julkisia, kaikkien nähtävillä ja omalle päätelaitteelle tallennettavissa olevia kuvia ja videoita. Suuressa osassa aineiston meemejä tekijästä ei ole tietoa tai tekijää ei voi varmasti todeta. Joskus meemin tekijä kuitenkin allekirjoittaa meeminsä anonyymillä nimimerkillä, kuten muutamissa aineiston meemeissä.

Arja Kuulan (2015, 184) mukaan anonyymiyden mahdollistavilla alustoilla käyttäjien tunnistetiedot rajautuvat usein tietoihin, joita kukin sisällöntuottaja haluaa itsestään paljastaa. Kun tiedonlähteenä käytetään anonyymejä palstoja, ei tekijänoikeudellisesti voi viitata kuin käytettyyn nimimerkkiin (emt.).

Koska aineistoni on julkista, ei aineistoni keräämiseen ja säilyttämiseen liity erityistä eettistä problematiikkaa. Tärkeintä onkin kertoa, mistä aineiston voi löytää, ja merkitä lähdetiedot sekä lähdeviitteisiin että lähdeluetteloon.

Pohdin myös meemin mahdollista teossuojaa, mutta koska meemi tehdään muokkaamalla alkuperäistekstiä yhä uudestaan, ei sillä ole teossuojaa (Kuula 2015, 68). Sen saamiseksi teoksen pitää olla tekijänsä luovan työn omaperäinen tulos. Se ei voi olla täysin mekaanisen työn tulosta tai tehty kopioimalla olemassa olevia tuotteita. (Emt.)

2 PARODISET MEEMIT VERKKOKULTTUURIN YTIMESSÄ

Jotta voi ymmärtää, miten parodiset meemit leviävät internetissä kulovalkean lailla, pitää tarkastella, millaisia yhteiskunnallisia ja kulttuurisia muutoksia mediassa on tapahtunut 2000-luvulla ja millaisessa digitaalisessa kulttuurissa meemeistä tulee nopeasti netissä leviäviä niin kutsuttuja viraali-ilmiöitä.

2.1 Mediaa kulutetaan, käytetään, koetaan ja tuotetaan

Seppänen & Väliaverron (2013, 20, 24) kirjoittavat, miten vielä 1900-luvun lopulla mediamaisemaa hallitsivat printtimedia, elokuva, radio ja televisio. 2010-luvulla niiden rinnalla elää monta mediaa, jotka kulkevat ihmisten mukana mobiilisti tai esimerkiksi tabletissa. Internet tuli ihmisten elämään kunnolla vuosituhannen vaihteen jälkeen ja mullisti monella tavalla median kuluttamisen ja ihmisten välisen vuorovaikutuksen. Nykyinen mediamaisemamme hahmottuu pitkälti juuri internetin kautta. (Emt.) 2000-luvun alusta lähtien onkin puhuttu ja kirjoitettu median murroksesta, joka etenee ennustuksia nopeammin. Vauhdikkaimpia muutoksia ovat teknologiset muutokset. (Väisänen 2011, 84.)

Sirkkunen (2006, 137) totesi jo 2000-luvun alussa, että median muutoksen tärkein tekijä on internet, joka haastaa modernin aikakauden joukkoviestintää, sen teollista tuotantotapaa ja massayleisöjä tavoittelevaa liiketoimintamallia. Muutos koskee teknologiaa, ansaintalogiikoita ja verkkoympäristön sosiaalisia käytänteitä. Joukkoviestinnän ja suurten yleisöjen ajasta on siirrytty pienten yleisöjen ja yhteisöjen muodostamaan mosaiikkiin (emt., 141). Uskali (2011, 111) kuvaa 2000-luvun muutosta siirtymiseksi suljetuista mediaekosysteemeistä avoimeen mediaekosysteemiin. Suljetuissa mediaekosysteemeissä sisällön tuotantoa ja jakelua hallitsevat mediayritykset, joiden perustaminen vaatii pääomaa. Avoimessa mediaekosysteemissä kuka tahansa voi aloittaa esimerkiksi uuden globaalin uutispalvelun, eikä se internetin jakeluväylien vuoksi maksa juuri mitään. (Emt.)

Shirky (2008, 17) kuvaa median muutosta merkittäväksi, sillä kun muutamme tapaamme kommunikoida, muutamme myös yhteiskuntaa. Elämme aikaa, jolloin on mahdollista jakaa tietoa, toimia yhdessä ja muodostaa yhteisöjä ilman perinteisiä instituutioita ja organisaatioita (emt., 20–21). Aitamurto ym. vertaavat internetin ja sosiaalisen median merkitystä jopa sähkönsä keksimiseen, teollistumiseen ja kirjapainotaitoon (Aitamurto, Heikka, Kilpinen ja Posio 2011).

Median muutos ei kuitenkaan ole mustavalkoinen, eikä media kehittyessään ja muuttuessaan tee aikaisempia mediuumeita merkityksettömiksi. Seppäsen & Väliiverosen (2013, 54) mukaan mediamaiseman muutokseen vaikuttavat myös perinteiset mediat, jotka päivittävät itseään, kun uudet kilpailijat haastavat niiden asemaa. Mediamaisema on 1900-luvun jälkeen laajentunut jatkuvasti, sillä yksikään merkittävä media ei ole hävinnyt uuden tullessa kartalle. Medioilla on siis kyky mukautua uusiin tilanteisiin, kietoutua toisiinsa sekä lainata toisiltaan muotoja, sisältöjä ja käyttötapoja. (Emt.)

Vaikka median murrosta kuvataan usein yhtenä joukkoviestinnän historian suurimpana muutoksena ja ihmisten median käyttö sekä kulutus ovat muuttuneet, on median käytössä myös jatkuvuutta. Herkman & Vainikka (2012) tutkivat niin sanotun nettisukupolven mediakäyttöä ja lukemiskäytäntöjä. Tulosten perusteella internet on nuorille aikuisille keskeisin media, mutta myös niin sanotuilla perinteisemmillä medioilla on tärkeä rooli heidän arjessaan. Median kulutus ei ole täysin siirtynyt internetiin. Mediapäiväkirjaa pitäneistä nuorista moni esimerkiksi aloitti aamun lukemalla lehden (Herkman & Vainikka 2012, 43). Painotuotteilla, erityisesti kirjoilla, oli muutenkin arvovaltainen rooli nuorten elämässä (emt., 43). Tutkimusten mukaan kirjojen lukemiseen käytetäänkin yhä saman verran aikaa kuin internetin syntyäikoihin (emt., 27–28).

Seppänen & Väliverronen (2013, 26) kuvaavat erilaisten ja erillisten mediasisältöjen pakkaamista samalle alustalle medioiden konvergenssiksi. Ilmiötä kuvaa esimerkiksi sanomalehden verkkosivu, jossa on uutistekstin ja kuvien lisäksi blogeja, keskustelufoorumeja, videoita ja animaatioita. Sisältöjen tallentaminen digitaaliseen muotoon tiedonsiirtoverkkojen ja päätelaitteiden kehittymisen myötä viittaa konvergenssin teknologiseen ulottuvuuteen. Konvergenssin toinen ulottuvuus on taloudellinen ja viittaa keskittyneeseen tilanteeseen, jossa mediasisältöjä tuotetaan ja hallinnoidaan suurissa mediataloissa, joissa on erilaisia medioita radio- ja tv-kanavista lehtiin ja verkkopalveluihin. Sisältöjen tekijät tuottavat osin samoja sisältöjä eri välineisiin. Konvergenssin kolmas piirre on kulttuurinen. Sillä tarkoitetaan ilmiötä, jossa median kuluttajasta tulee yhä helpommin myös tuottaja ja mediasisältöjen levittäjä. Median tuottajien ja kuluttajien raja siis hämärtyy. (Emt.) Mediayhteiskunnan jäsenet ovat median kuluttajia, käyttäjiä, kokijoita ja tuottajia. Kukin meistä kuluttaa mediasisältöjä, useimmat meistä käyttävät internetiä ja kokevat median jollain tavalla. (Seppänen & Väliverronen 2013, 25.)

Jere Majavan (2006, 87) mukaan teknologiavetoinen muutos aiheuttaa muutoksia myös kulttuuriin, kun verkon käyttäjistä on kasvanut aktiivisia toimijoita. Muutos vie yksisuuntaisen tiedottamisen ja rajoitetun informaation ajasta kohti osallistumisen ja yhdessä toimimisen aikakautta, jossa suurin osa tiedosta on kenen tahansa saatavilla (Aitamurto ym. 2011, 64). Monesta lähteestä esiin nousevalla Web 2.0 -termillä viitataan internetin uuteen vaiheeseen, jossa staattisten verkkosivujen selailusta on siirrytty vaiheeseen, jossa käyttäjät jakavat tietoa, tuottavat sitä ja kommentoivat sosiaalisessa mediassa kuten Facebookissa, blogeissa, Twitterissä, keskusteluryhmissä ja niin edelleen (emt., 106).

Nuorten internetin käyttöä Yhdysvalloissa tutkinut Don Tapscott (2010, 31) on huomannut, miten viimeisen kahdenkymmenen vuoden aikana nuorisoon on selkeimmin vaikuttanut tietotekniikan, internetin ja muun digitaalisen tekniikan kehitys. Hän kutsuu tänä aikana kasvaneita ihmisiä nettisukupolveksi, ensimmäiseksi bittikylvyn saaneeksi sukupolveksi. Tapscottin (2010, 67–68) mukaan teknologia vaikuttaa nuorten käyttäytymiseen, mutta nuorten ajattelutapa vaikuttaa myös internetiin. Se muuttuu nuorten avulla globaaliksi, aktiiviseksi ja verkottuneeksi tietokoneeksi, joka tarjoaa kaikille mahdollisuuden osallistua tekemiseen ja muuttaa netin luonnetta (emt.).

Ihmiset jakavat ja tekevät yhteistä todellisuutta viestimällä. Internetin aikakaudella tämä ominaisuus on korostunut, mistä konkreettinen esimerkki on useista verkkosovelluksista löytyvä jaa-toiminto. (Seppänen & Väliaverron 2013, 21.) Mediatyhteiskunnan jäsenet ovat samaan aikaan median kuluttajia, käyttäjiä, kokijoita ja jopa tuottajia. Jokainen kuluttaa mediasisältöjä ja kokee median jollakin tavalla. Monet käyttävät tietokonetta ja internetiä ja monet myös tuottavat sisältöjä esimerkiksi blogeihin tai käyttämilleen sosiaalisen median alustoille. (Emt., 25.)

Vaikka verkko tarjoaa käyttäjille mahdollisuuden tuottaa ja jakaa sisältöä aktiivisesti ja olla aktiivinen jäsen erilaisissa yhteisöissä, Matikainen (2011, 22) huomauttaa, että eri kyselyt ja tutkimukset osoittavat, että aktiivisia sisällöntuottajia on kuitenkin kohtalaisen vähän. Havainto on toistunut niin usein, että ilmiötä kutsutaan yhden prosentin säännöksi: yksi prosentti tuottaa sisältöä aktiivisesti, 10 prosenttia vuorovaikuttaa sisällön kanssa ja 89 prosenttia on passiivisia seuraajia (emt., 23).

Myös Herkman & Vainikka (2012, 28) toteavat, että suuri osa internetin käyttäjistä on passiivisia. He etsivät ja lukevat valmiita sisältöjä tai viestivät henkilökohtaisesti esimerkiksi

sähköpostin välityksellä. Tällainen mediakäyttö ei paljonkaan eroa perinteisestä mediasisältöjen kuluttamisesta. Huomionarvoista on myös, että valtaosan internetissä leviävästä materiaalista ovat tuottaneet mediatalojen tai muiden organisaatioiden ammattilaiset tai pieni aktiiviharrastajien joukko. (Emt.) Matikaisen ja Villin (2013, 30) mukaan suomalaiset jakavatkin sosiaalisessa mediassa eniten uutisia, sanomalehtisisältöä sekä visuaalista sisältöä kuten videoita ja valokuvia. Hekin päätyivät tutkimuksessaan tulokseen, että jakaminen on kokonaisuudessaan varsin vähäistä (emt.).

2.2 Digitaalisesta julkisuudesta ja sirkulaatiosta

Meemit ovat osa digitaalista julkisuutta. Digitaalisella julkisuudella tarkoitetaan tässä julkista tilaa, jonka muodostavat valtavirtamedia, sosiaalinen media, hakukoneet ja uudet mediasovellukset (Korpiola 2011, 18). Kriisiviestinnästä kirjoittava Korpiola viittaa valtavirtamedialla mediataloihin ja perinteiseen joukkotiedotukseen, jossa sisältöjä tuottavat ammattijournalistit. Sosiaalisella medially hän tarkoittaa kaikkia vuorovaikutteisia ja omaehtoisia palveluja, joissa kuluttaja voi olla myös sisällöntuottaja. Hakukoneilla tarkoitetaan ohjelmistoja, joista tietoa haetaan hakusanojen avulla, ja mediasovelluksilla mobiilisti tai verkossa toimivia palveluja ja laitteita, joilla voi luoda, tuottaa ja jaella sisältöjä. (Emt. 19–20.) Digitaalinen julkisuus on myös verkostojen, toimijoiden ja yleisöjen kohtaamispaikka. Se on reaaliaikaista ja toimii 24 tuntia vuorokaudessa. (Emt., 18.) Aitamurron ym. mukaan ”sosiaalisesta mediasta on tullut kanava, menetelmä ja ajattelutapa, jolla internetissä toimitaan” (Aitamurto ym. 2011, 143).

Meemien olemassaoloon ja elinkaareen liittyy olennaisesti sirkulaatio. Se tarkoittaa yksinkertaistettuna sisältöjen kiertämistä digitaalisessa julkisuudessa. Sirkulaatio on ilmiö, jossa samaa tapahtumaa tai asiaa koskevat sisällöt kiertävät eri medioissa ja nostavat näin uutisen digitaalisen julkisuuden keskiöön. (Korpiola 2011, 19.) Digitaalisessa julkisuudessa viestit leviävät nopeasti ja samanaikaisesti kaikkialle. Sisältöjä ei tuoteta yhdenmukaisessa yhteisössä, vaan sisällöt ja tarinat muodostuvat pirstaleisten yleisöjen ja hajallaan olevien yhteisöjen verkostossa. (Korpiola 2011, 20–21.)

Sumialan ja Valaskiven (2013) mukaan sirkulaation käsite tarjoaa arvokkaan välineen tutkia nykyistä median kyllästämää yhteiskuntaa. Yhteisöjen identiteetit muodostuvat, pysyvät yllä ja uudelleen muovautuvat kuvien, representaatioiden, merkitysten, tunteiden, arvojen ja

tapojen sekä ihmisten ja asioiden sirkulaation kautta. Yhteiskunta siis pysyy yhdessä niissä sosiaalisissa kuvitelmissa, joita sirkulaation kautta luodaan ja ylläpidetään. (Emt., 231.) Sumiala ja Valaskivi kuvaavat sirkulaatiota pyörremyrskyksi, joka vetää asioita pyörteeseensä. Jotkut asiat kasvavat voimakkaammiksi ja toiset saattavat häipyä tai muuttaa muotoaan. (Emt.)

Sirkulaatioon liittyy läheisesti käsite remediaatio, joka tarkoittaa prosessia, jossa joku ottaa mediasisällön käsittelyyn ja seuraavalla kierroksella muokkaa siitä oman näkökulman näköisen, liittää sen uuteen asiayhteyteen tai siirtää toiseen mediaan esitettäväksi (Korpiola 2011, 19). Remediaatio on luonteenomaista uudelle digitaaliselle medialle, joka käyttää niin kutsutun vanhan median sisältöjä erilaisissa muodoissa (Sumiala & Valaskivi 2013, 235). Remediaatiossa sama sisältö kiertää vakiintuneiden vanhojen lähteiden ympärillä (sanomalehdet, televisio, radio) ja uuden median sosiaalisissa verkoissa (Youtube, Facebook, Twitter, blogit). Joskus sisältö matkaa sellaisenaan, mutta useimmiten se muuttuu toisenlaiseksi remediaatioprosessin myötä. (Emt., 236.)

Median murroksesta ja digitaalisen julkisuuden voimasta käy esimerkkinä arabikevät, jolla viitataan kevään 2011 kansannousuihin Pohjois-Afrikan ja Lähi-Idän valtioissa. Arabikevään aikana kännykät, internet, sosiaalinen media, satelliittitelevisiot ja muu teknologian välittämä viestintä yhdistivät ihmisiä yhteiseen todellisuuteen ympäri maailmaa (Korpiola & Nikkanen 2012, 50). Arabikevät oli kuin kuva tiedonvälityksen murroksesta: sisällöt, kanavat ja yleisöt ovat organisoitumassa uudelleen, ja kaikkien on sopeuduttava tähän uuteen medialogiikkaan. Sosiaalinen media muutti tiedonkulun reittejä ja kytki kansannousut myös kansainvälisesti. Arabikevät synnytti uudenlaista journalismia sekoittaessaan yleisön, aktivistin ja toimittajan roolit. Kevään aikana myös uutiskierto kiihtyi. Kriisiuutinen julkaistiin, käsiteltiin ja kuopattiin nopeammin kuin koskaan ennen. (Emt. 95–96.)

Julkisuus perustuu sisältöjen kiertoon. Uutiset leviävät ja eskaloituvat, sisältöjä lainataan, tulkitaan ja muokataan. Läsä on eri medioiden välityksellä lukemattomia ihmisiä, jotka kuluttavat, kommentoivat, tuottavat ja kierrättävät sisältöjä. He muodostavat kuvitellun yhteisön. Kuten Pohjois-Afrikan ja Lähi-Idän valtioissa kansannousujen aikana huomattiin, uutinen vahvistuu mitä enemmän ja useammin sitä lainataan. (Korpiola & Nikkanen 2012, 104.)

Arabikevään aikana sosiaalisen median käyttäjät loivat myös meemejä, jotka levisivät käyttäjiltä toisille ympäri maailmaa sirkulaation lainalaisuuksien mukaisesti. Arabikeväänä meemikuvia tehtiin esimerkiksi Youtubessa julkaistusta videosta², jossa poliisi suihkuttaa pippurisumutetta edessään maassa istuvien kymmenien protestojien päälle. Tapahtumapaikkana on kalifornialaisen yliopiston piha Yhdysvalloissa. Video kirvoitti meemejä, joissa poliisi suihkuttaa pippurisumutetta erilaisissa tilanteissa erilaisten kohderyhmien päälle, kuten jalkapallo-ottelussa pelaajien päälle. Kuvankäsittelyohjelmilla poliisi muokattiin myös moniin kuuluisiin maalauksiin tai valokuviin (kuvat kaksi ja kolme)³.



Kuva 2

² Youtubessa julkaistu video UC Davis Protestors Pepper Sprayed: https://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=6AdDLhPwpp4. [Viitattu 2.5.2015].

³ Kuvien lähteenä on nettisivusto Pepper Spraying Cop: <http://peppersprayingcop.tumblr.com/>. [Viitattu 2.7.2015].



Kuva 3

Lee ja LiPuma (2002) kirjoittavat, miten sirkulaatio ei kuitenkaan liity vain ideoiden ja viestien liikkeeseen, vaan laajempaan kulttuuriseen prosessiin, jonka avulla voimme ymmärtää syvällisemmin medialisoituneen viestinnän syklistä ja mobiilia luonnetta. Sirkulaatiossa ei ole kyse vain kuvien ja tekstien konkreettisesta kierrättämisestä, vaan digitalisoituneeseen verkostoyhteiskuntaan monitasoisesti kiinnittyvästä ilmiöstä, johon liittyvät omat sosiaalisesti konstruoituneet lainalaisuutensa ja ominaispiirteensä. (Emt.)

2.3 Epäkunnioittava internetkulttuuri

Tim Highfield (2015, 2) kirjoittaa internetin höpsöstä kansalaisuudesta, jossa leikkimielisyys on avain poliittisen ja osallistumisen performanssissa. Tämän kehityksen taustalla on komedian kasvava merkitys siinä, miten kansalaiset ymmärtävät ympärillään olevaa ja tapahtuvaa (emt.) Suomessa tämänkaltaisesta huumorista hyviä esimerkkejä ovat humoristiset ja parodiset 2010-luvulla esitetyt televisiosarjat kuten *Putous* ja *Kingi*. Humoristinen kehys on televisiosarjojen lisäksi hallitseva myös internetissä, missä erilaiset parodiset ja satiiriset nettisivut, sosiaalisen median sivut ja meemit kukoistavat.

Sosiaalisen median alustat tarjoavat mahdollisuuden osallistua julkiseen keskusteluun luovasti (Highfield 2015, 2–3). Tässä niin kutsutussa epäkunnioittavan internetin (*irreverent*

internet) kontekstissa asioihin, teksteihin ja tapahtumiin osallistutaan vitsikkäiden muotojen kautta. Alustat valjastetaan tarkoituksiin, joihin niitä ei alun perin tarkoitettu: mediasisältöä sovelletaan kriittiseen, sarkastiseen ja ironiseen kommentointiin. Epäkunnioittavuus elää kielikuvien ja sisäpiirivitsien luomisessa, mikä korostaa kohonnutta tietoisuutta verkon viestinnän muodoista ja käytännöistä. (Emt.)

Highfieldin (2015, 3) mukaan epäkunnioittavat käytännöt ovat olleet verkon ominaispiirre jo pitkään. Aikaisemmin mediasisältöjen tuottaminen vaati käyttäjältä erityistä teknistä osaamista ja laitteistoa, mutta ajan myötä ne ovat muuttuneet eksklusiivisesta toiminnasta yksinkertaisempaan, vakiintuneeseen osaan verkkokulttuurin diskurssia. Internetin käyttäjät ovat kehittäneet kulttuurisia ja teknisiä lukutaitoja, joiden myötä he voivat jakaa ja kehystää uudelleen mediasisältöä laajalle ja hajaantuneelle yleisölle. Kuka tahansa voi tehdä meemejä ja makrokuvia. Niiden viehätys ja pitkäikäisyys johtuu niiden kyvystä mukautua useisiin konteksteihin ja siihen, että internetin käyttäjät voivat tehdä tämän kaiken itse. Meemien nopea jakaminen ja uudelleenmuokkaus ovat nykyään verkkokulttuurin ydintä ja jokapäiväisen diskurssin ja eripurauksen ominaispiirre digitaalisessa kulttuurissa. (Emt.)

3 TEOREETTINEN VIITEKEHYS

Tämä luku käsittelee tutkimukseni teoreettista viitekehystä. Avaan meemin ja parodian käsitteitä ja perehdyn parodiasta tehtyyn teoriaan sekä aikaisempaan tutkimukseen. Parodian ja meemit liitän yhteen tuoreen tutkimustiedon avulla.

3.1 Meemin määritelmä

Tarkkarajaista, yhtä oikeaa määritelmää meemistä ei ole niiden suosiosta ja huomioarvosta huolimatta. Mediatutkijat ja meemejä aktiivisesti tuottavat käyttäjät määrittelevät meemin kukin eri näkökulmasta.

Meemi on kulttuurinen elementti tai käyttäytymisen piirre, jonka välittymistä ja sen seurauksena kestävyyttä väestön joukossa on pidetty vastaavana kuin geenin periytymistä (Oxford English Dictionary 2015). Tyypillisiä meemejä ovat kuvat ja videot, joiden tekstiä muokataan yhä uudestaan. Kuvat ja tekstit ovat yleensä parodisia, ivallisia oivalluksia usein ajankohtaisista aiheista.

Meemin käsite on lähtöisin geenitutkija Richard Dawkinsilta, joka tuo esiin vuonna 1976 ilmestyneessä teoksessaan *The Selfish Gene* geenibiologian ja kulttuurisen sisällön yhtymäkohtia. Geenien tutkimuksessa meemi tarkoittaa perimän toistuvuutta ja jatkuvuutta. Dawkinsin mukaan kulttuurinen sisältö perustuu yhtä lailla asioiden toistamiselle ja kierrättämiselle. Tästä syystä meemin käsitettä voi Dawkinsin mukaan käyttää kuvaamaan myös kulttuurisen sisällön toistuvuutta. (Dawkins 1976, 171–172.)

Vaikka Dawkins käytti alun perin meemin ideaa metaforana, on meemien myöhemmin nähty myös Sumialan & Valaskiven (2013, 233) mukaan olevan kulttuurille sitä, mitä geenit ovat biologialle. Meemit ohjaavat kollektiivisesti aivojemme toimintaa, ja niiden tavoitteena on imitaatio ja sirkulaatio. Meemien voi näin ajatella toimivan viruksen lailla. (Emt.) Ihmistoimijan näkökulmasta tarkasteltuna meemi tarvitsee sirkulaatioon ihmisiä ja ihmisten tekemää teknologiaa (Sumiala & Valaskivi 2013, 233–234). Se ei voi vain hypätä aivoista aivoihin. Kukaan ei kuitenkaan voi täysin kontrolloida tai johtaa leviävien meemien sirkulaatiota tai niihin liittyviä merkityksiä tai kehitystä. Meemeillä on niin sanotusti oma elämänsä. (Emt.)

Dawkinsin määritelmästä asti meemien tutkimus on ollut aihe kiistoille, jotka ovat mediaa ja populaaria kulttuuria tutkivan Limor Shifmanin (2014, 37) mukaan johtaneet kolmeen meemien luonnetta koskevaan lähestymistapaan: psyykkisvetoiseen (*mentalist driven*), käyttäytymisvetoiseen (*behavioral driven*) ja kattavaan (*inclusive*).

Psyykkisvetoinen memetiikka perustuu erontekoon meemien ja meemien ilmaisuvälineiden välillä. Tämän koulukunnan mielestä, johon muun muassa Dawkins kuului, meemit ovat ideoita ja tiedonpalasia, jotka asuvat aivoissa. Ne ovat monimutkaisia ajatuksia kuten idea aakkosista, shakki tai impressionismi. Jotta meemi siirtyisi henkilöltä toiselle, täytyy meemit "ladata" erilaisiin ilmaisuvälineisiin, kuten kuviin, teksteihin tai rituaaleihin. Meemit ovat siis kompleksisia ideoita ja meemien ilmaisuvälineet niiden aineellisia ilmaisumuotoja. (Shifman 2014, 37–38.)

Käyttäytymisvetoinen memetiikka taas näkee meemit käyttäytymiseksi ja artefakteiksi ideoiden sijaan. Tässä mallissa meemi ja sen ilmaisuvälineet ovat erottamattomat. Kun meemit määritellään konkreettisiksi yksiköiksi, voi niiden evoluutiota ja diffuusiota tutkia empiirisesti. (Emt., 38.)

Kolmantena memeettisenä näkökulmana Shifman (2014, 39) nostaa esiin kattavan lähestymistavan, jonka toimittaja ja kirjailija Susan Blackmore esitteli teoksessaan *The Meme Machine* (2000). Lähestymistavan mukaan kaikkia informaatiomuotoja, jotka voi kopioida jäljittelemällä, pitäisi kutsua meemiksi. Kolmannelta mallilta kuitenkin puuttuu analyttistä voimaa, sillä se kokoaa hyvin erilaiset elementit yhden käsitteen alle.

Arvioidessaan edellä mainittuja näkökulmia Shifman (2014, 41) ehdottaa uutta lähestymistapaa ja määrittelee internetmeemin joukoksi digitaalisia asioita, joiden yhteisiä ominaisuuksia ovat sisältö, muoto ja/tai asenne, ja jotka luodaan tietoisina toisistaan. Meemejä kierrättävät, imitoivat ja muokkaavat internetin kautta monet käyttäjät.

Patrick Davisonin (2012) määritelmä meemeistä juontuu alaluvun alussa mainittuun Richard Dawkinsin teoriaan geeneistä ja meemeistä. Teorian mukaan geenit määrittävät organismin fyysiset ominaisuudet ja meemit organismin käyttäytymisen. Näin ollen suuri osa ihmisten käyttäytymisestä ei johdu niinkään geeneistä vaan kulttuurista, ja siksi jokaista ei-geneettistä käytöstä pitäisi kutsua meemiksi (emt., 121). Dawkinsin alkuperäisen kuvailun mukaan meemejä ovat mitkä tahansa kulttuuriset ideat ja käyttäytyminen.

Nykyään meemeillä on arkikielisempiä määritelmiä, mutta Davisonin mukaan akateemisen tiukkapipoinen määritelmä uupuu. Hän tarjoaakin uuden määritelmän, joka on erityisen käypä internetmeemeille. Vapaasti suomennettuna se kuuluu näin: ”Internetmeemi on pala kulttuuria, tyypillisesti vitsi, joka saavuttaa vaikutusvaltaa verkossa leviämisen kautta.” (Davison 2012, 122.) Internetmeemit ovat ainutlaatuisia, koska ne välittyvät nopeasti ja ovat uskollisia muodolleen. Koska nämä verkossa välittyvät vitsit ovat digitaalisia, niitä voi kopioida ja muokata. (Emt., 123.)

Davisonin mukaan 1980-luvulla kehitetyt hymiöt ovat varhaisimpia meemejä. Hymiö on mikä tahansa yhdistelmä kirjoitettuja merkkejä, jota käytetään näennäisenä kuvamerkkinä. Hymiön tarkoitus on edesauttaa tekstin tunnepitoista merkitystä. Hymiöiden pienet yhdistelmät tunnistettavia symboleja kuvastavat ihmisen aikomusta tai tunteellista tilaa. (Emt., 124.)

Yksi 2010-luvun yleisimmistä meemeistä on makrokuva. Se on sarja tyyllisääntöjä, joilla lisätään tekstiä kuvaan. Joissakin makrokuvissa lisätään sama teksti eri kuvaan, toisissa lisätään eri teksti samaan kuvaan. Nämä kuvat menestyvät verkossa, koska tietokoneohjelmat niiden tekoon ja levittämiseen ovat helposti saatavilla. Tämä pätee myös hymiöihin. (Davison 2012, 127.)

Dubsin (2009) mukaan yksi suosituimmista kuvamakroista on ”neuvova koira” (*Advice Dog*), ks. kuva neljä. Kyseisen kuvamakron ominaisuutena on kuva hymyilevän koiranpennun päästä, jonka taustalla on kuuteen erivärisen segmenttiin jaettu ympyrä. Makrokuvan muunnoksissa on usein kaksi riviä tekstiä, joissa on jokin huono tai epäeettinen neuvo. Kuvamakrosta on tehty useita muunneltuja sarjoja, joissa esimerkiksi koiranpennun pään tilalla on muita eläimiä tai ihmisiä. Nämäkin sarjat käyttävät kahden tekstirivin muotoa. (Dubs 2009.)



Kuva 4.

Alice Marvick (2013) kirjoittaa artikkelissaan internetistä populaarikulttuurin linnakkeena, jossa sisäpiirislangi, ketjusähköpostit ja trendikkäät videot täyttävät inboxit ja uutisfeedit kiertäen käyttäjältä toiselle. Jos joku lataa kuvan kissastaan, toinen lisää kuvaan kuvatekstin ja päivittää kuvan viestiseinälle. Kuukausia myöhemmin joku toinen vaihtaa kuvatekstin sisällön ja tätä tarkoituksenmukaista sanojen ja kuvien ketjua kutsutaan meemiksi. Koska meemin käsite on niin epämääräinen, sisältää se niin erilaisia digitaalisia artefakteja kuin Beyoncé'n Single Ladies -musiikkivideon ja animoidun GIF-kuvan tanssivasta hamsterista. Meemit paljastavatkin paljon internetin osallistavasta kulttuurista, joka on jatkuvasti muutostilassa.

Benjamin Burrouhgs (2013) tutki meemejä, erityisesti Barack Obamaan liittyvää trollaamista eli provosoimista internetin alustoilla Yhdysvaltojen presidentinvaalin aikaan vuonna 2012. Kirjoittamassaan artikkelissa hän määrittelee meemit osaksi kiisteltyä julkista aluetta ja mediaekologiaa. Meemeistä tulee julkisia niiden jäljittelyyn perustuvan muodon ja osittaisen anonyymiyden vuoksi.

Meemien avulla voi ymmärtää yleisöjä, median virtaa ja populaarikulttuurin ja politiikan sirkulaatiota. Niiden tarkoitus on luoda huomattavaa mediakertomusta ja tietoa verkkokulttuurin sisällä. Yleisöllä on meemien kautta aktiivinen rooli, kun se yhä uudelleen sekoittaa, niveltää ja suodattaa populaaria kulttuuria. Esimerkiksi presidentinvaalien aikaan, kun yleisö kierrätti suodattamaansa populaarikulttuuria, muodostivat meemit eräänlaisen jakelukanavan, joka palveli presidentinvaalikampanjoiden poliittisten näkemysten, arvojen ja ideoiden levittämistä. (Burroughs 2013, 1.)

3.2 Parodian määritelmä

Parodian historia on pitkä ja ulottuu antiikin Kreikkaan saakka (Hosiaisluma 2003). Aristoteles pitää parodian keksijänä 400-luvulla eKr. elänyttä Hegemon Thasoslaista, mutta myös noin 570–520 eKr. eläneelle Hipponaksille on haluttu suoda parodian isyys. Keskiajalla tavanomaisia olivat liturgian, hymnien ja Raamatun kertomusten parodiat. Parodiat ovat olleet suosittuja myös modernissa kirjallisuudessa. Venäläisen formalismin edustajat puolestaan ovat korostaneet parodian kriittistä ja uudistavaa tehtävää. Parodia voi romuttaa aikansa eläneitä konventioita toimimalla (kirjallisuuden) sisäisenä kritiikkinä. Satiirin lailla parodia voi myös kyseenalaistaa yhteiskunnallisia rakenteita ja käytäntöjä. (Hosiaisluma 2003, 686–687.)

Sana *parodia* on ollut käytössä Ruotsissa 1600-luvulta alkaen, ja sana on epäilemättä ollut tuttu myös suomalaiselle sivistyneistölle sekä ruotsin kielestä että antiikin kirjallisuudesta. Suomalaisena sanana *parodia* mainitaan ainakin Ferdinand Ahlmanin sanakirjassa vuodelta 1865. (Häkkinen 2004, 879.) Parodia juontuu klassisista kielistä. Latinan sana *paródia* on lainaa kreikan sanasta *paródiá*, joka merkitsee sananmukaisesti vieruslaulua. Sanan etuliite *para-* tarkoittaa luona, vieressä, yhdessä ja *ódé* merkitsee laulua. Käytännössä sana on alkujaan tarkoittanut varsinaisen esiintyjän koomista matkimista. (Emt.)

Oxford English Dictionary (2015) määrittelee parodian kirjalliseksi luomukseksi, joka muovaa ja imitoi toista työtä. Parodiassa tietyn kirjailijan tai kirjallisuuden lajin luonteenomaista tyyliä satirisoidaan käyttämällä epäasiallista tai epätodennäköistä aihetta tai kohdetta tai muulla tavoin liioitellaan näitä koomisen vaikutelman saamiseksi. Myöhemmin parodiaa on laajennettu myös muille taiteen aloille kuten musiikkiin, maalaukseen, elokuvaan ja niin edelleen. (Emt.)

Simon Dentithin (2000, 9) mukaan on ironista, että parodian ympärillä käytävää keskustelua vaivaavat akateemiset kiistat sen määritelmästä, ottaen huomioon, että parodian luonne on usein humoristinen ja ei-akateeminen. Dentith pyrkiikin määrittelemään parodian mahdollisimman laaja-alaisesti ja perustaa määritelmänsä kielelliseen vuorovaikutukseen sekä verbaalisesti ja kirjoitettuna. Dentithin (2000, 9) mukaan parodia sisältää mitä tahansa kulttuurisia käytäntöjä, jotka tarjoavat suhteellisen kiistanalaista, vihjailevaa imitaatiota toisesta kulttuurisesta tuotannosta tai käytännöstä.

Parodiasta teoriaa luoneen Linda Hutcheonin mukaan parodian suhdetta sen kohdetekstiin ei kuitenkaan voi määritellä kiistanalaiseksi, sillä niin monissa parodisissa nykytaiteen muodoissa ei ole kiistanalaisuutta (ks. Dentith 2000, 16–17). Hutcheonin (2000, xi) näkemyksen mukaan parodia muuttuu kulttuurin myötä. Parodian muodot, sen suhteet sen ”kohteeseen” ja sen aikomukset eivät ole samoja 2000-luvulla kuin ne olivat 1700-luvun Englannissa. Parodian määritelmä pilkantekona ei siksi välttämättä tunnu oikealta nykypäivänä.

Hutcheonin (2000, 36) mielestä hänen määritelmänsä ilmaisee tiettyjä yleisiä nimittäjiä kaikista parodian teorioista kaikilta ajoilta. Nokkeluuden arvostus ja satiirin vallitseva asema toivat parodian eturintamaan suurena kirjallisena muotona 1700-luvulla. Siksi voisi kuvitella, että parodian määrittelyyn kuuluisi naurettavuuden elementti, jota näkee tämän päivän tietosanakirjoissa. Hutcheon (2000, 6) kuitenkin määrittelee parodian imitaation muodoksi, johon sisältyy ironinen käänne. Parodia on toistoa kriittisen välimatkan päästä, ja se merkitsee eroa ennemmin kuin samankaltaisuutta. Edelleen Hutcheon (2000, 31) kuvaa, miten parodian taustalla on teksti, jota vasten uusi luomus saa merkityksen ja mitä vasten se ymmärretään. Parodia on muunneltua toistoa, *repetition with difference* (Hutcheon 2000, 32).

Parodia sekoitetaan usein ironiaan tai satiiriin, eikä ihme, sillä ironiaa ja satiiria käytetään parodian määrittelyssä. Monet teoreetikot kutsuvat parodiaa satiirin muodoksi. Määrittelyjen sekoittuminen hämärtää lajityyppien rajoja. Linda Hutcheon (2000, 43) piirtää eroa eri huumorin alalajien välille: parodia ja satiiri eroavat toisistaan kohteensa perusteella. Parodian tapa toistaa alkuperäistä tekstiä voi vaihdella, mutta parodian ”kohde” on aina sisäinen, diskursiivinen (*intramural*). Satiirin kohde taas on ulkopuolinen (*extramural*), kuten sosiaalinen tai moraalinen, ja sen aikomuksena on tuoda näkyväksi ihmiskunnan paheita, jotta ne voitaisiin oikaista tai ratkaista. Ylimielisen pilkan oikaiseva tarkoitus on satiirin

identiteetille keskeistä (emt., 56). Winfried Freund [1981] väittää satiirin pyrkivän (yhteisön) positiivisten arvojen palauttamiseen, kun taas parodia voi toimia vain negatiivisesti. Parodialta on sanottu puuttuvan metafyysiset ja moraaliset ulottuvuudet, joita satiiri puolestaan pyrkii korostamaan. (ks. Hutcheon 2000, 43.) Ilmeisin syy parodian ja satiirin sekoittamiseen on se, että lajeja käytetään usein yhdessä. Satiiri käyttää toistuvasti parodisia taiteenmuotoja, kun se haluaa käyttää tekstuaalista erittelyä ilmaisukeinona.

Hutcheonin mukaan (2000, 43–44) parodian ja satiirin vuorovaikutus modernissa taiteessa on kokonaisvaltaista, vaikka satiiria onkin sanottu vanhentuneeksi muodoksi. Globalisaatio on lisännyt kulttuurista homogeenisyyttä, mikä puolestaan on lisännyt käytettävissä olevien parodisten muotojen kirjoa. Aikaisempina vuosisatoina Raamattu ja kirjallisuuden klassikot olivat suurimmat taustalla olevat tekstit kouluttautuneelle luokalle. Esimerkiksi Jane Austenin fiktiosta löytyy feministisen parodisen satiirin edeltäjä: *Rakkaus ja ystävyys* -teoksessa (1790) Austen parodioi aikansa populaarista romanttista fiktiota ja sen kautta satirisoi perinteistä katsantokantaa naisesta miesten rakastajana. Austen käytti parodiaa aseistariisuvana, mutta tehokkaana kirjallisena ilmaisuvälineenä sosiaaliselle satiirille. (Emt.)

Sekä parodia että satiiri käyttävät ironiaa retorisenä strategiana (Hutcheon 2000, 52). Ironia, erityisesti verbaalinen ironia, nähdään usein satiirista ja parodiasta erillisenä, lajityyppien sijaan kielikuvana. Ironia on ilkkuvaa ja halventavaa, kun taas satiiri on ylenkatsovaa ja halveksuvaa. Parodia on pilkkaa, naurunalaiseksi tekemistä ja ivaa ja kuten satiirilla, myös sillä on negatiivinen sävy. (Emt., 56.) Oxford English Dictionaryn (2015) mukaan ironialla ilmaistaan merkitystä käyttämällä kieltä, joka yleensä merkitsee päinvastaista humoristisen tai voimakkaan vaikutuksen saavuttamiseksi. Ironia käyttää kieltä myös vihjatakseen halveksuntaa. Satiiri taas määritellään runoksi, novelliksi tai muuksi taiteeksi, joka käyttää huumoria, ironiaa, liioittelua tai pilkkaa paljastaakseen ja kritisoidakseen vallallaan olevia moraalittomuuksia ja typeryyksiä (emt.).

Huumorin eri lajien merkityksistä on vaikeaa tehdä tarkkarajaista selvitystä, sillä niillä on useimmiten enemmän yhteistä kuin eroa, ja erotkin ovat usein hiuksenhienoja ja tulkinnanvaraisia. Tässä tutkimuksessa tutkitaan huumorin lajeista erityisesti parodiaa sekä sivutaan satiiria ja ironiaa. Parodia ymmärretään tässä tutkimuksessa Hosiaisloman (2003) ja Hutcheonin (2000) määritelmiä mukaillen muunnelluksi toistoksi, jossa parodian kohde saatetaan naurunalaiseksi. Ironialla tarkoitetaan tässä tutkimuksessa epäsuoraa ivaa, jossa

sanotun ja todellisen tarkoituksperän välillä on ristiriita. Toisin sanoen sanotaan päinvastaista, mitä tarkoitetaan. Satiirilla taas tarkoitetaan pilkkaa, joka kohdistuu yhteiskunnallisiin aiheisiin ja jonka tarkoitus on moraalinen.

Selvyyden vuoksi alla on taulukko, jossa on pyritty kuvaamaan eri huumorin lajien määritelmiä Yrjö Hosiaislouman *Kirjallisuuden sanakirjan* sekä Linda Hutcheonin määritelmien perusteella. Taulukolla on tärkeä tehtävä huumorin runsaan lajikirjon kuvaamisessa. Se myös osaltaan selittää parodian määritelmän vaikeutta muun muassa sillä, että monet huumorin lajityypit määritellään parodisiksi.

Taulukko 1.

Huumorin lajityyppi	Määritelmä (Hosiaislouma 2003)	Linda Hutcheonin kuvaama suhde parodiaan
Parodia	Ivamukaelma. Kirjoitus, taideteos tai kirjallisuudenlaji saatetaan naurun-alaiseksi jäljittelemällä sen tyyliä, kieltä, esitystapaa, rakennetta tai sisältöä. Parodinen vaikutelma luodaan usein liioittelemalla tiettyjä piirteitä tai keskittymällä kohteen heikkoon kohtaan.	Parodia on toistoa kriittisen välimatkan päästä, ja se merkitsee eroa enemmän kuin samankaltaisuutta. Parodia on muunneltua toistoa.
Satiiri	Pilkka, iva. Esitystavan kärki kohdistuu yksilön tai yhteiskunnan paheisiin ja heikkouksiin. Kohde (henkilö, yhteiskuntaluokka, instituutio, kansakunta) saatetaan naurun alaiseksi, halveksituksi tai vihatuksi.	Satiiri ja parodia eroavat toisistaan kohteensa perusteella. Toisin kuin parodia, satiirin kohde on teoksen ulkopuolella, se on moraalinen ja pyrkii oikaisemaan paheita.
Ironia	Epäsuora iva, salaiva. Rakentuu sanotun ja puhujan todellisten tarkoituksperien ristiriidalle, esimerkiksi moite esitetään kehuna.	Ironia on kielikuva, parodia huumorin laji. Parodia käyttää ironisia keinoja.
Burleski	Irvokas, hullutteleva. Karkean koominen teos, jossa jäljittelemällä parodisesti tai satiirisesti saatetaan teos naurun-alaiseksi käsittelemällä juhlallista aihetta epäkunnioittavasti tai arkipäiväistä aihetta liioitellun ylevällä tyyllillä.	Parodia sekoitetaan usein burleskiin. Selkeä ero on, että burleski sisältää aina ivaa ja pilkkaa, parodia ei. Parodiaa käytetään usein burleskin määrittelyssä.
Travestia (irvikuva)	Parodian sukuinen ivamukaelma, jossa vakava tai ylevä teos tehdään koomiseksi pukemalla se muotoon, joka ei ole sopusoinnussa sisällön kanssa. Aihetta käsitellään usein leikkillisesti tai satiirisesti.	Parodia sekoitetaan usein travestiaan. Erona on, että travestia sisältää aina pilkkaa, parodia ei.
Pastissi	Toisen taiteilijan tai ajan tyyliä usein	Pastissi on luonteeltaan

	tahallisesti jäljittelevä teos. Jäljittely tai mukailu voi kohdistua yksittäisiin lauseisiin, motiiveihin, kielikuviin jne. Tarkoitus on usein parodinen. Pastissi on luonteenomaista postmodernille kirjallisuudelle.	enemmänkin imitatiivista, parodia taas muuntautuu suhteessa toisiin teksteihin. Pastissi pysyttelee samassa genressä mallinsa kanssa, parodia ei välttämättä.
Sitaatti	Kirjallisesta tai suullisesta esityksestä sanasanaisesti lainattu kohta. Sitaateilla voi pyrkiä esteettis-älyllisen mielihyvän tuottamiseen ja myös oppineisuuden osoittamiseen.	Sitaattia on ehdotettu yhdenmukaiseksi modernin parodian kanssa. Erityisesti modernissa musiikissa ja taiteessa se nähdään yhtenä parodian muotona.
Alluusio	Kirjallisessa esityksessä tai puheessa esiintyvä epäsuora viittaus johonkin teokseen. Kiertoilmaus, joka ei lainaa lähdeään suoraan. Alluusioiden rikastuttavat lukijan assosiaatiomahdollisuuksia.	Alluusio aktivoi kaksi tekstiä samanaikaisesti, ja tekee niistä toisiaan vastaavat. Parodia taas pyrkii eroavuuteen.

3.2.1 Parodia karnevalismista postmoderniin

Kirjallisuudentutkija Mihail Bahtin (1895–1975) tutki keskiaikaista karnevalismia. Hänen mukaansa keskiajalla ja renessanssin aikaan kansan naurukulttuuri oli laajaa ja merkittävää. Se toimi vastakohtana keskiajan viralliselle ja vakavalle kirkolliselle ja feodaaliselle kulttuurille. Naurukulttuurin muotoja olivat muun muassa karnevalistiset torijuhlat, narrit ja hölmöt, ilveilijät ja monimuotoinen parodiakirjallisuus. Nämä muodot olivat kaikki karvevaalikulttuurin osia. Virallisesta kultista ja maailmankatsomuksesta erotettu nauru kotiutui erävirallisena jokaiseen juhlaan. Kullakin juhlalla oli virallisen aspektinsa rinnalla karnevalistinen aspekti, jota hallitsi nauru ja materiaalis-ruumiillinen alapuoli. (Bahtin 1995, 6, 75.)

Koulujen ja yliopistojen huvimukaelmilla oli suuri merkitys keskiaikaisen parodian historiassa. Irrottelussa saatiin paitsi lepotauko virallisesta maailmankatsomuksesta, säännöistä ja kouluviisaudesta, myös sallittiin näiden kohteiden tekeminen iloisen alentavan leikin ja pilailun kohteeksi. Keskiajan parodiat eivät olleet formaalisti kirjallisia tai täysin negatiivisia teesien ja sääntöjen parodioita. Ne eivät asettaneet mitään pilkattavaksi ja halveksittavaksi. Groteskit parodiat käänsivät kaiken iloisen naurun rekisteriin ja positiiviselle materiaalis-ruumiilliselle tasolle ja antoivat keveän sävyn sille, mitä koskettelivat. Keskiaikaisissa parodioissa poikkeuksetta kaikki oli naurettavaa: nauru on yhtä

universaalia kuin vakavuus, ja se kohdistuu maailmaan kokonaisuutena, historiaan, yhteiskuntaan ja maailmankatsomukseen. (Emt. 76–77.)

Bahtin [1987] loi nykyiselle parodian tutkimukselle pohjan keskiaikaisesta karnevalismista. Bahtinin mukaan karnevalismin merkitys väheni myöhemmin, ja hän suosi modernin aikakauden parodioita funktioiltaan kapeiksi eikä pitänyt modernin parodian rinnastamisesta keskiaikaiseen parodiaan. (ks. Kolehmainen 2006, 254.) John Docker on Bahtinin kanssa eri mieltä. Hän väittää, että parodia on läsnä kaikkialla 1900-luvun populaarikulttuurissa, erityisesti televisiossa, ja on läheisesti verrattavissa Bahtinin käsitykseen renessanssin karnevalismista. (Docker 1994, 273; Dentith 2000, 157.) Docker vakuuttaa parodian pysyvyyttä populaarikulttuurisissa muodoissa, erityisesti 1800-luvulta eteenpäin. Parodia luonnehtii postmodernia kulttuuria, mutta sen lähteenä on populaari kulttuuri. Parodiassa ei ole erityisesti mitään postmodernia, vaan postmodernismi sallii meidän arvostaa parodian roolia populaarikulttuurissa tavoilla, joita korkeakulttuurinen modernismi ei tunnista. (Dentith 2000, 157–158.)

Siinä missä John Docker suosii parodian populaarikulttuurisia käytäntöjä, Linda Hutcheon (2000) on tutkinut parodiaa erityisesti 1900-luvun korkeakulttuurisissa taidemuodoissa, muun muassa kirjallisuudessa ja arkkitehtuurissa. Hänen tapansa lähestyä parodian teoriaa on tutkia sen läsnäoloa kaikkialla ja sen tärkeyttä useissa taidemuodoissa. Näistä lähtökohdista hän pyrkii työstämään reseptin teorialle, joka arvostaisi parodiaa monimutkaisena ilmiönä (Hutcheon 2000, 102). Hutcheonin yksinkertainen määritelmä parodialle on, että se on muunneltua toistoa (emt., 32).

Hutcheonin mukaan nykypäivän kulttuuriset muodot ovat enemmän ja vähemmän itse-reflektioivia ja parodisia kuin koskaan aikaisemmin. Parodisten muotojen elpymisessä voi nähdä uusien kielellisten ja kirjallisten tietoisuuksien tuottamista, mikä on verrattavissa Bahtinin määrittelemään parodian rooliin keskiajalla ja renessanssin yhteiskunnassa. (Hutcheon 2000, 70–71.) Nykyaikainen metafiktio elää karnevaalin tapaan kirjallisuuden ja elämän välissä, ”kieltäen kehykset ja parrasvalot”. Sellaisena se osallistuu postmodernin uuteen performanssiin. Sekä sen muoto että sisältö voivat kumota muodolliset, auktoriteettiset rakenteet. Nykyaikaisen fiktion avoimesta ristiriitaisuudesta voi päätellä, että keskiaikainen ja moderni maailma eivät välttämättä ole niin perustavanlaatuisen erilaisia

kuin voisi ajatella. (Emt., 73). Karnevalismi muistuttaakin siitä, että parodian juuret ovat kansankulttuurissa (Docker 1995; Dentith 2000, 157–158).

Parodian läsnäolo postmodernilla aikakaudella on saanut myös kritiikkiä. Fredric Jamesonin (1991, 16–17) mukaan parodiaa ei enää kapitalistisella postmodernin aikakaudella ole, vaan sen on korvannut neutraali pastissi. Kuten parodia, pastissi on omalaatuinen tai ainutlaatuisen tyylin imitointia, mutta se imitoi neutraalisti. Koska pastissista puuttuu parodian salatut motiivit, satiiri sekä nauru, on se kuin tyhjää parodiaa.

Simon Dentith (2000) toteaa, että parodia on läsnä kaikkialla nykyisessä kulttuurissa. Muun muassa korkeakulttuurissa ja arkkitehtuurissa parodia on yksi tavoista, joilla taiteilijat ja kirjoittajat voivat vedota kulttuuriseen menneisyyteen tai toisiin nykyaikaisiin diskursiivisiin käytäntöihin ja kaksoiskoodata ymmärrystään nykyhetkeen. Tavat voivat sisältää rakastavaa jälleenrakennusta yhtä lailla kuin poliittista tyrmistystä, enemmän ja vähemmän täsmällistä rakenteellista parodiaa yhtä paljon kuin täysin verbaalista imitaatiota. Kuten postmodernien romaanien tekniikat olivat ennakoitavissa romaanin historiassa, myös nykyisen populaarikulttuurin parodisten käytäntöjen juuret voi löytää 1800-luvun ja 1900-luvun alun populaarin viihteen rakenteista. Nykyhetkessä erilaista on kulttuuriteollisuuden dominanssi ja penetraation aste, minkä on mahdollistanut erilaiset tekniset innovaatiot. (Dentith 2000, 183–185.)

Postmodernit romaanit sisältävät enemmän ja vähemmän parodiaa ja pastissia, jotka kuin työntävät kirjoittajia kohti muodollista itsetietoisuutta, ja joihin liittyy menneisyyden kulttuuristen muotojen kierrättämistä ja uudelleenarviointia. Romaaneille on yhteistä se, että ne ilmaisevat sekä yhteyttä että eroa tiettyihin menneisyyden kulttuuriin tuotantoihin ja edeltäjiinsä. (Dentith 2000, 164.)

Hutcheonin (2000, 101) mukaan parodia on yksi 1900-luvun yleisimmin käytetyistä tekstuaalisen itse-refleksiivisyyden muodoista. Se merkitsee luomisen ja uudelleen luomisen sekä kekseliäisyyden ja kritiikin leikkauspistettä. Bethean ja Davydovin sanoin [1981] parodian historiallinen tietoisuus antaa sille potentiaalista valtaa ikään kuin haudata kuolleet sekä antaa uuden elämän. Parodia on monelle modernin taiteen tekijälle keino tulla sinuiksi menneisyyden kanssa. Sen historiallisia esi-isiä ovat imitaation klassiset ja renessanssin aikaiset käytännöt. (Ks. Hutcheon 2000, 101.)

3.2.2 Parodian tarkoituksesta ja keinoista

Parodia voi olla normatiivista ja konservatiivista tai se voi olla provokatiivista ja vallankumouksellista. Konservatiivisuuden voi nähdä sekä kunnioituksessa että pilkassa, ja silti parodia voi myös haastaa normeja tarkoituksenaan korjata tai uudistaa. Hutcheonin mukaan parodian valtuutettu normien rikkominen (*authorized transgression*) on tämän ristiriidan lähtökohta. Konservatiivisen toistamisen ja vallankumouksellisen eroavuuden ambivalenssi on osa parodian paradoksaalista perusolemusta. (Hutcheon 2000, 76–77.)

Parodian niin kutsutulla valtuutetulla normien rikkomisella Hutcheon viittaa jo aiemmin tässä luvussa mainittuun Bahtinin karnevalismiin. Keskiajalla karnevalismin muoto ja motivaatio juontuivat auktoriteetista, ja se sai merkityksensä suhteessa viralliseen, kirkolliseen elämään. Jotta karnevalismin päälaelleen kääntämää maailmaa saattoi ymmärtää, piti ymmärtää maailmaa, jota se käänsi. Sosiaalisten järjestysten kääntäminen ja parodinen kirjallisuus olivat väliaikaisia normin rikkomisen tapoja. Parodisella tekstillä on näin erityinen ”lupa” rikkoa yleisiä käytäntöjä, mutta kuten karnevalismissa, se voi tehdä niin vain väliaikaisesti ja parodioimansa tekstin valtuuttamien rajojen sisällä, toisin sanoen tunnistettavuuden rajojen sisällä. (Emt., 74–75.)

Modernilla parodialla on muitakin käyttötarkoituksia, kuin lajityypin perinteinen määritelmä antaa ymmärtää. Siitä huolimatta monet teoreetikot ajattelevat edelleen, että parodia, joka tekee muuta kuin pilkkaa kohdettaan, on falskia parodiaa. Theodor Verweyen [1979] on jakanut parodian teorian kahteen kategoriaan: niihin teorioihin, jotka määrittävät parodian sen koomisen luonteen mukaan ja niihin, jotka painottavat sen kriittistä toimintaa. Pilkka on yhteistä molemmille. (ks. Hutcheon 2000, 50–51.)

Jotkut teoreetikot näkevät parodian vakavana taidekritiikin muotona, vaikka se puree pilkan avulla. Koska parodian etuna on, että se on sekä uudelleen tehty luomus aiemmasta työstä että luomus itsessään, tekee se kritiikistä eräänlaisen aktiivisen tutkiskelun muodon. Toisin kuin kritiikissä yleensä, parodia on enemmän keinotekoinen kuin analyttinen transkontekstualisoidessaan alkuperäistä tekstiä. (Emt., 51.) Myös Dentith (2000, 32) nostaa esiin parodian kritiikkinä. Tyypillisesti parodia tarttuu tiettyyn käyttäytymisen tai tyylin aspektiin ja liioittelee siitä naurettavan. Tämä on parodian kriittinen funktio, koska parodian pitää ensin tunnistaa maneerit ja tyyllilliset piirteet ja saattaa ne sitten näkyviksi koomisessa valossa.

Rose (1995) kirjoittaa, miten parodian kirjoittajalla voi olla kahdenlainen suhde parodian kohteeseen. Parodian kirjoittajan aikomus voi olla pilkata alkuperäistä teosta, jolloin hänen motivaationaan on ylenkatsominen. Kirjoittajan motivaationa voi olla myös sympatia parodioitavaa tekstiä kohtaan. Ensimmäisenä mainittu on yleisempi tapa, ja yleensä parodiaan liitetään jollain tapaa negatiivinen tai arvosteleva suhtautuminen alkuperäiseen tekstiin. (Emt., 45–46.) Parodian suhde kohteeseensa on joka tapauksessa usein ambivalentti: ei vain kriittinen ja sympaattinen, vaan myös luova laajennus alkuperäisestä tekstistä joksikin aivan uudeksi (emt., 51).

Dentith (2000) erottaa parodioita luomalla eroa erilaisten intertekstuaalisuuksien välille: yksi usein tehty ero on ”tietyn” ja ”yleisen” välillä. Ensimmäinen tähtää tietyn edeltäjän tekstiin, jälkimmäinen tekstin koko runkoon tai diskurssiin. Erot käytänteissä tuovat esiin myös toisen parodian aspektin. Toisaalla on kehittynyt muodollinen parodia, joka muodostuu kokonaisesta tekstistä, ja jonka olemassa olo on sen suhde edeltäviin teksteihin tai parodiseen käytäntöön. Toisessa hipaisevat parodiset viittaukset, joita on laajasti kirjoituksissa. Usein niiden tavoite ei ole enempää kuin fraasi tai jargonin osa tai uhkaava lainaus. Parodisia viittauksia voi siis tehdä ilman mitään tiettyä edeltävää tekstiä. (Dentith 2000, 7.) Parodisia viittauksia voi tehdä edeltävän tekstin sijaan tiettyyn fraseologiaan kuten äänenpainoon. Esimerkiksi romaanin dialogissa voi kuulla samanaikaisesti jälkiä sekä henkilöhahmojen puheesta että kirjailijan asenteesta sitä kohtaan. (Emt., 8.)

Parodian käyttämistä keinoista ei ole kokonaisvaltaista listaa. Linda Hutcheonin (2000, 24) mukaan parodian tarkoituksen ja vaikutusten skaala on niin suuri, ettei esimerkiksi liioittelua, vähättelyä tai muuta koomista retorista strategiaa voi pitää pysyvänä muotona. Näin ollen hän ei tarjoa systemaattista analyysia parodian käyttämistä keinoista. Hutcheonille (2000, 25) onkin tärkeämpää määrittää parodian luonne ja pragmaattinen toiminta sellaisena kuin sen tänä päivänä tunnemme.

Kulttuuri, kulttuuriset käytännöt, yhteiskunnalliset aiheet, muun muassa politiikka, sukupuoli, eriarvoisuus ja ihmisten kokema epäoikeudenmukaisuus ovat usein parodian kohteina. Parodian keinojen kuvaaminen onnistuu parhaiten esimerkkien avulla ja tutustumalla aikaisempiin parodiaa eri tavoin käsitteleviin tutkimuksiin. Väitöskirjassaan *Satiiriset Itse Valtiaat* Marjo Kolehmainen (2015) tutki pääasiassa satiirista poliittista huumoria, mutta televisiosarjan tutkiminen paljasti satiirin käyttävän myös parodian keinoja. Tutkimuksen

tapausesimerkki, satiirinen animaationsarja *Itse Valtiaat* (2001–2007) ruoti politiikkaa ja poliitikkoja huumorin keinoin. Tutkimuksen tulokset paljastavat parodian monimutkaisen luonteen ja sen monet keinot. Asiakeskeistä ja muodollista poliittista puhetapaa parodioidaan sarjassa toistuvasti. Sarjassa parodioidaan vaikeaselkoista poliittista jargonia sekä katteettomia lupauksia. Toisaalta parodioidaan poliitikkojen kyvyttömyyttä puhua virallisesti, sujuvasti ja asiantuntevasti, hallita poliittista sanastoa tai sanoa mitään merkityksellistä. (Kolehmainen 2015, 97–98.) Sarjan hahmot ovat tunnettuihin poliitikkoihin pohjautuvia karikatyyrejä. Karikatyyrit parodioivat hahmojen esikuvien ulkonäköä sekä muita fyysisiä ominaisuuksia, kuten ääntä, eleitä, pituutta ja painoa. Karikatyyrit ovat liioiteltuja ja stereotyyppisiä kuvauksia kohteistaan. (Emt., 73.) Sarjan monet viittauskohteet osoittavat, kuinka mitä erilaisimmat asiat voivat päätyä kulttuurisen reflektion ja julkisen parodian kohteiksi, ja miten useita toisistaan erillisiä asioita voi parodioida samanaikaisesti (emt., 84).

Parodiaa käytetään myös muun muassa vastarinnan keinona. Esimerkistä käy Marjo Kolehmaisen (2009) analyysi ja artikkeli sukupuolesta ja väkivallasta Puolustusvoimien ”Tee työtä, jolla on tarkoitus” -mainoskampanjaa kritisoivassa vastamainonnassa. Vastamainonnassa kritiikkiä esitettiin käyttämällä muun muassa parodioivaa toistoa eli tietoista normin väärin toistamista. Vastamainoksia pidettiin ivamukaelmina Puolustusvoimien kampanjasta, ja niissä liitettiin pilkan kohteena olevaan kampanjaan uusia merkityksiä parodian avulla. Vastamainonnassa yleensä korostuu myös parodian potentiaali kritiikin välineenä. Vaikka kampanjan vastamainoksissa käytettiin paljon intertekstuaalisia viittauksia muun muassa taiteeseen ja populaarijulkisuuteen mainoskampanjan ohella, kohdistuu parodian kriittinen terä mainoskampanjassa Puolustusvoimien tekemän työn mielekkyyden kyseenalaistamiseen.

Sangeet Kumar (2015) tutki parodisten ja satiiristen videoiden, meemien ja uutissivustojen nousua sosiaalisen ja kulttuurisen kritiikin diskurssina Intian internetissä. Kumarin mukaan parodiset videot, meemit ja uutissivustot toimivat Linda Hutcheonin parodian määritelmän mukaisesti muunneltuna toistona (*repetition with difference*) sekä tekstissään että fyysisenä mediumina (emt., 238). Kumarin tutkimassa verkon parodisessa kulttuurissa kritisoivan parodian kohteena olivat muun muassa naisten turvallisuus, kotiorjuus, järjestetyt avioliitot, lapsityö, mafia, poliittiset puolueet, poliittinen korruptio, tunnetut henkilöt, intialaisten vanhempien pakkomielle ohjata lapsi matemaattiselle tai tieteelliselle uralle ja toiset kulttuuriset tekstit (emt.).

Kumar (2015, 238–239) kuvailee, miten Intian patriarkaalista diskurssia ja naisten asemaa parodioitiin videolla nimeltä *It's Your Fault* (Se on sinun vikasi). Videolla naisnäyttelijä esittää monologin, jossa hän informoi naisia siitä, että raiskaus on täysin heidän omaa syytään. Hymyillen hän luettelee syitä, miksi naiset voivat syyttää itseään: provokatiiviset vaatteet, halu työskennellä myöhään, ulkona myöhään liikkuminen. Näyttelijän sanat ovat ristiriidassa videolla näkyvien kuvien kanssa, joissa poliisi kuulustelee lyhythameisia naisia ja miehet käyvät naisten päälle. Musta huumori tulee kaksoisäänestä (*double voice*), jossa ilmeisen hyvää tarkoittava, neuvova äänensävy kumotaan jatkuvasti alla olevilla kuvilla. Video vastustaa diskurssia, joka syyttää naisia heidän pahoinpitelystään. Kumarin tutkimuksen aineiston kaikissa videoissa parodian keinoina käytettiin kaksoisääntä ja kahtiajakoa rinnastamalla niin sanottu epäsuora ääni ristiriidaksi puhutun äänen kanssa. Lisäksi videoissa käytettiin parodista liioittelua. (Emt.)

Parodiaa on käytetty myös tarkasteltaessa ja kyseenalaistaessa sukupuolikäsityksiä ja niiden valta-asetelmia. Judith Butler on tunnettu performatiivisesta sukupuolikäsityksestä. Pullenin & Rhodesin (2012, 516) mukaan Butlerille sukupuoli on jotain, mitä me teemme ja yhtä lailla jotain, mitä me olemme. Emme kuitenkaan ole vääjäämättömästi sidottuja johonkin luonnolliseen tai kiistämättömään sukupuoleen. Sukupuolta voi tehdä, mutta sen voi myös kumota. Butler korostaa parodian mahdollisuuksia sukupuolen kumoamisen välineenä. (Emt.)

Pullen & Rhodes (2012, 513) tutkivat Butlerin ajatuksia mukaillen parodian mahdollisuuksia kumota rajoittavia sukupuoliodotuksia erityisesti organisaatioiden sukupuolen performanssiin liittyen. He ovat Butlerin kanssa samaa mieltä siitä, että sukupuolta voi pitää performatiivina, joka on avoin itseen kohdistuvalle parodialle ja itsekritiikille. Tutkijat kuvaavat parodian kriittistä ja vallankumouksellista potentiaalia mediakulttuurissa amerikkalaisen animaationsarja *Futuraman* sukupuolen parodiaa käsittelevän jakson keskustelujen kautta. (Emt.)

Tutkimuksellaan Pullen & Rhodes (2012, 514) näyttävät, miten komedia ja erityisesti parodia tarjoaa areenan sukupuolittuneen organisaatiopolitiikan ja mediakulttuurin niveltämiselle. He myös laajentavat keskustelua parodian kriittisestä arvosta sukupuolittuneen kulttuurin ymmärtämisessä ja kumoamisessa. Case-tapauksen avulla he tutkivat, miten sukupuolittuneen kulttuurin voi kumota genret sekoittavalla tieteisfiktiolla, tilannekomedialla ja animoiduilla piirretyillä. (Emt.)

Yksi Futurama-sarjan hahmoista, Bender, on erittäin stereotyyppinen kuvaus hypermaskuliinisuudesta: hahmo polttaa sikareita, juo viskiä, kiroilee, pelaa uhkapelejä, on tunteeton muita kohtaan ja viettää aikaa bimbojen kanssa. (Pullen & Rhodes 2012, 520.) Bender ja maskuliinisuus ovat tarkastelun kohteena olleen jakson tärkein parodian kohde. Hahmo ilmentää tiettyä maskuliinista stereotypiaa, joka on kuvattu radikaalisti liioitellulla karikatyyrillä. Liioittelemalla hahmon maskuliinisuutta paljastuu, miten naurettavaa maskuliinisuus alun perin onkaan. (Emt., 524.)

3.2.3 Parodian tunnistaminen

Pullen & Rhodes (2012, 529) pohtivat tutkimuksessa myös parodian tunnistamista. Heidän päätelmänsä on, että parodia voi käydä järkeen ja olla suosittua ja menestynyttä vain, jos se leikkii sosiaalisesta todellisuudesta nousevalla idealla, joka on katsojien joukossa laajasti hyväksytty. Parodisen imitoinnin huomaaminen vaatii katsojalta tietoa alkuperästä, jota parodioidaan. Tästä syystä parodia voi nostaa esiin alkuperäisen merkityksen yhtä lailla kuin se voi kumota sen. (Emt.) Allenin & Rhodesin päätelmä onkin, että kun me nauramme *Futuraman* näkyväksi tekemille sukupuolinnormeille ja patriarkaaliselle vallalle, me tunnustamme kyseisen vallan olemassaolon, huomaamme, miten kyseisen vallan käyttö on ongelmallista ja silmiinpistävää, sekä miten tuo valta toimii kielen ja ruumiin avulla. (Emt.)

Parodian tunnistaminen ja tulkinta saavat tilaa myös Linda Hutcheonin tutkimuksessa. Ne ovat keskeistä parodian toimintojen kuvauksille (Hutcheon 2000, 84). Kuten mitkä tahansa koodit, myös parodisten koodien pitää olla jaettuja, jotta niitä voisi ymmärtää. Olipa parodia tarkoitettu vakiintuneiden sääntöjen vallankumoukseksi tai sen aikomus ylistää tai nöyryyttää alkuperäistä tekstiä, täytyy lukijan osata uloskoodata parodia parodiana, jotta hän voisi täysin ymmärtää sen aikomuksen. Kaikki taiteellinen viestintä tapahtuu yhteisymmärryksessä sisäänkoodaajan ja uloskoodaajan yleisesti tunnetun, sanattoman sopimuksen mukaisesti. Nämä viestintätavat eivät ole täydellisiä, ellei vastaanottaja huomaa parodian tiettyä sisäänkoodattua aikomusta. Yleisten taiteellisten koodien lisäksi lukijan pitää huomata, että se, mitä he lukevat, on parodiaa, sekä millä asteella ja tyyppistä parodia on. Heidän täytyy myös tuntea alkuperäinen teksti ja käytännöt, joita parodioidaan. (Hutcheon 2000, 93.) Parodisesti sisäänkoodatussa tekstissä tekijöiden pitää siis olettaa, että lukijalla on tekstin kanssa yhteinen ja tuttu kulttuurinen ja kielellinen koodisto (emt., 95). Hutcheon (2000, 108) väittääkin, että minkä tahansa parodiateorian pitää perustua tekstien

kontekstuaalisen tuotannon ja vastaanottamisen kokonaisvaltaiseen huomioon ottamiseen. Jotta tekstin voi niin sanotusti paikantaa maailmaan, sisäänkoodaajalla ja uloskoodaajalla pitää olla yhteinen koodisto.

Lukijan täytyy tuntea yleiset retoriset ja kirjalliset normit, jotta hän voi tunnistaa poikkeamisen normeista, jotka muodostavat säännön, kielen ja kirjallisuuden institutionaalisen perinnön. Mikäli lukija ei huomaa parodista vihjausta tai huomaa parodiaa parodiaksi tietystä tekstistä tai normista, lukee hän tekstiä kuin mitä tahansa tekstiä, eikä hänellä ole mainittua yleistä normien tuntemusta. Kenties tästä syystä parodia on lajityyppinä kukoistanut demokraattisissa, kulttuurisesti sivistyneissä valtioissa. (Hutcheon 2000, 94.)

Ideaalitulanteessa sivistynyt subjekti tunnistaa parodian taustalla olevat tekstit. Jaetut koodit tai parodian aikomuksen ja huomaamisen yhteensattuma luovat sisäänkoodaajan ja uloskoodaajan välille yhteyden. Tämän vaatimuksen myötä parodiaa syytetään usein elitismistä. (Hutcheon 2000, 94.) Parodia vaatiikin parodian tekijältä paljon taitoja, ammattitaitoa, kriittistä ymmärrystä ja älyä. Mutta myös parodian tulkitsijalla täytyy olla jossain määrin tätä sivistyneisyyttä, sillä hänen pitää kykyjensä mukaan synnyttää päällekkäisten tekstien sisäänkoodaus. (Emt., 96.)

Parodiaa kuulee nuorten käyttämässä kielessä: aksentteja pilkataan, suullisia tyylejä televisiosta tai muodikkaita lausahduksia kokeillaan tai jätetään huomiotta niin, että verbaalisten ja kulttuuristen tyylien loistoa vuoroin pilkataan ja omaksutaan. Yhden sukupolven slangista tulee seuraavan sukupolven parodian kohde. Kielen puhuminen on enemmän kuin kieliopin ja sanaston osaamista. Äänenpainoilla, äänialan käytöllä ja sanavalinnoilla ilmaisemme asenteemme siihen, mistä puhumme ja niitä kohtaan, joille puhumme. Parodia on yksi tavoista, joilla näitä välttämättömiä arviointeja tehdään ja joilla vastaamme siihen, mitä meille sanotaan. (Dentith 2000, 2–3.) Parodian voi erityisenä kielenkäyttönä liittää kielen yleisempään luonteenpiirteeseen. Imitatio ja toisen sanojen muuntelu liittyvät parodiaan, mutta myös kieleen yleisesti: kieli ei ole kenenkään omaa, vaan se tulee toiselta puhujalta puhujalle, joka imitoiden ja muunnellen lähettää sen eteenpäin. Kaikki ilmaisut voi nähdä osana ketjua. (Emt., 4.)

Dentith pyrkii ymmärtämään kirjoitettua parodiaa ilmaisujen ketjuna ja arvioivana asenteena, jonka jokainen ketjun keskustelukumppani välttämättä omaksuu. Yksi nimitys tälle kirjoitetulle diskurssille on intertekstuaalisuus. Sillä tarkoitetaan kirjoitusten suhteiden

välisyyttä, sitä, että kaikki kirjoitetut ilmaisut eli tekstit sijoittuvat suhteessa niitä edeltäviin teksteihin, ja joihin vuorostaan viitataan tai jotka kielletään tulevilla teksteillä. (Emt., 4–5.) Dentith (2000, 9) perustaa määritelmänsä intertekstuaalisuuteen: parodia sisältää mitä tahansa kulttuurisia käytäntöjä, jotka tarjoavat suhteellisen kiistanalaista, vihjailevaa imitaatiota toisesta kulttuurisesta käytännöstä. Parodiaa ei pidä ajatella yksittäisenä ja tiukasti määriteltävänä tyyli-ilajina vaan valikoimana kulttuurisia käytänteitä, jotka ovat kaikki enemmän ja vähemmän parodisia (emt., 19).

Hutcheonin teoreettinen näkökulma intertekstuaalisuuteen on duaalinen: formaali eli muodollinen ja pragmaattinen eli käytännöllinen. Hän näkee parodian muodollisena tai rakenteellisena kahden tekstin välissä: tekstuaalisen dialogin muotona. Hänestä modernin parodian määrittely ei kuitenkaan voi jäädä muodolliseen analyysiin. Pragmaattisesta näkökulmasta tekstit eivät taianomaisesti sulaudu tai muuntauudu muihin teksteihin. Tekstit eivät luo mitään ennen kuin ne vastaanotetaan ja tulkitaan. Ilman lukijan olemassaoloa tekstit ovat vain mustia merkkejä valkoisella paperilla. (Hutcheon 2000, 22–23.) Parodia on siis tekstien välistä dialogia, mutta se syntyy vain lukukokemuksessa. Teoksen intertekstuaalisuus voi jäädä myös huomaamatta, sillä tekstiä voi lukea ilman alkuperäisen tekstin tuntemista tai muistamista. Näin teksti menettää kompleksisuuttaan, jos viittaukset alkuperäiseen tekstiin jäävät huomiotta. (Pitkäsalo 2011, 41.)

Apua parodian tunnistamisen vaatimuksiin tarjoaa myös kielen kontekstuaalisuus. Valentin Volosinovin ja Bahtinin piiriin viitaten Mikko Lehtonen (2004, 53) kuvaa, miten käytämme kieltä aina tietyissä konteksteissa.⁴ Kieltä ei käytetä eristyksissä maailmasta vaan aina suhteessa johonkin ihmisten, toimien ja tapahtumien muodostamaan kontekstiin, jossa sanotut asiat saavat merkityksensä. Volosinov (emt., 56–57) näki kielen merkitysten syntyvän inhimillisestä kanssakäymisestä. Kieli on toimintaa, konkreettista maailmassa olemista ja tällaisena kieli on Volosinoville luontaisesti dialoginen; väistämättä suunnattu toiselle. Keskustelutilanteen kielen ulkopuolinen konteksti rakentuu Volosinovin mukaan kolmesta tekijästä: kanssakäymisissä olevien ihmisten sijainnista, näiden ihmisten yhteisestä tilannetta koskevasta tiedosta ja heidän yhteisistä tilannetta koskevista arvostelmistaan. (Emt.)

⁴ Venäläisen kielitieteilijä Valentin Volosinovin lähtökohta oli, että kieli kuuluu erottamattomasti todellisuuteen ja sen ymmärtäminen on mahdollista vain jossain merkkimateriaalissa. Volosinov kuului Mihail Bahtinin ympärillä 1920-luvun Neuvosto-Venäjällä toimineeseen piiriin. Volosinovin kuuluisin teos, suomennettuna *Kielen dialogisuus* (1990), kuvaa niin kutsutun Bahtinin piirin kielikäsitteitä.

Lehtonen (2004, 165) kuvaa konteksteja vaihteleviksi ja erityisiksi kulttuurisiksi resursseiksi, joiden avulla lukijat tuottavat merkityksiä teksteihin. Tekstuaalinen kanssakäyminen ei kuitenkaan tuota kiinteitä, ennalta määrättyjä ja muuttumattomia merkityksiä. Kanssakäymistä voi kuvata tuotantona, jossa tekstien sisältämät merkityspotentialit kohtaavat lukijoiden hallussa oleva kulttuuriset resurssit. Tekstit saavat merkityksiä tässä tuotannossa. (Emt.)

Mikään ei kuitenkaan takaa sitä, että lukijat ymmärtävät tekstit niiden tarkoittamassa mielessä (Lehtonen 2004, 169). Tekstit eivät voi itsenäään taata lukijalle tiettyjä tarkoitettuja merkityksiä, eikä lukija voi tuottaa merkitystä vain itsestään lähtöisin olevilla tulkinnoilla. Merkityksen muodostumista ei voi irrottaa kulttuurisista käytänteistä ja suhteista, joissa tekstien tuottajat ja lukijat ihmisinä toimivat. ”Yksikään teksti ei ole saari eikä yksikään lukija vastasyntynyt.” (Emt., 170.) Parodisten meemien kohdalla tietämättömyyden katsoja voi tuottaa parodialle erilaisen merkityksen kuin katsoja, jolla on enemmän kulttuurisia resursseja. Parodian tekijä ei voi olla varma tekojensa seurauksista, sillä hänen aikomuksensa ei määrää, kuinka hänen tekonsa, tässä tapauksessa parodiaa käyttävä meemi ymmärretään (Lehtonen, 2001, 19).

3.3 Teknologia yhdistää meemit ja parodian

Parodia on levinnyt postmodernilla aikakaudella yhtenä positiivisena esteettisenä itseviittauksena yhtä lailla kuin konservatiivisena pilkan muotona. Linda Hutcheon lainaa Robert Hughesia (1980) todetessaan, että yksi syy sille, miksi parodia kukoistaa tänä päivänä, on teknologinen maailma, jossa kulttuuri on korvannut luonnon taiteen aiheena. (ks. Hutcheon, 2000, 82.) Teknologia on ollut kasvualustana myös internetmeemeille, jotka Chen (2012, 7) näkee uutena kulttuurisena median muotona. Digitaalisuuden ja internetin mekanismien vuoksi meemi on erittäin tarttuva ja humoristinen osa internetkulttuuria. Usein meemi voi tuottaa niin paljon ”hypeä”, että se voi päätyä populaarikulttuurin valtavirtaan. (Emt.)

Kuten aiemmin tässä luvussa todettiin, parodia voi haastaa normeja tarkoituksenaan korjata tai uudistaa ja sillä sanotaan olevan niin sanotusti lupa rikkoa normeja. Normien rikkominen on tunnusomaista myös meemeille. Internetmeemejä luovat, löytävät ja jakavat käyttäjät, jotka kuuluvat usein johonkin yhteisöpalveluun (Chan 2012, 7). Internetmeemit tuntuvat

olevan kyseenalaisen innovaation ja ironisen krääsän sekä purevan älyn ja ylenpalttisen sivistymättömyyden välisen hienoisen rajan molemmilla puolilla. Huolimatta siitä, yrittävätkö käyttäjät luoda hyvää kulttuuria kulttuurin vuoksi, on internetmeemeillä merkittävää valtaa vaikuttaa yhteisön sosiaalisiin arvoihin. (Emt., 8.)

Meemejä luovat, löytävät ja jakavat käyttäjät kuuluvat useimmiten yhteisöpalveluihin kuten yllilauta.org. Tunnusomaista näille alustoille on, että käyttäjät voivat luoda sisältöä vapaasti ja anonyymisti. Kun sisältöä voi luoda nimettömästi ja kasvottomasti vailla rajoja, ovat sisällöt usein provosoivia: ne tähtäävät vahvoihin ja tunnepitoisiin reaktioihin. Toisten loukkaamista tai karuja rinnastuksia ei vältetä. Tämä meemien ominaisuus tekee parodiasta sille erittäin sopivan kumppanin.

Saara Särmän (2014, 156) mukaan parodia ja muut naurettavat aiheet ovat internetissä useimmin esillä ja ne kiertävät sosiaalisessa mediassa. Parodialla onkin merkittävä rooli tietojemme ja ymmärryksemme muodostamisessa ja kierrättämisessä (emt., 21). Aiemmin tässä luvussa todettiin, että parodiaa syytetään usein elitismistä. Särämä (2014, 51) kuvaa internetin parodisia kuvia konkreettisiksi ja saavutettavissa oleviksi representaatioiksi. Vaikka kuvat eivät välttämättä ole kovin ikonisia, ne ovat enemmän käyttäjien saavutettavissa kuin taide. Niillä ei ole epäsuoria tai täsmällisiä odotuksia, eikä niiden tulkinta vaadi harjoitusta, jotta niistä voisi sanoa jotain, toisin kuin katsoessa ja tulkitessa taidetta.

Meemit ovat osa vertikaalista ja horisontaalista populaarikulttuurin leviämistä. Vertikaalisesti ne nostavat yksilöitä esiin populaarikulttuurin tuottajina: kuka tahansa voi tehdä meemin ja muita parodisia kuvia, ja niillä on potentiaalia levitä maailmanlaajuisesti. Horisontaalisesti meemit ovat lisänneet populaarikulttuuriin uusia genrejä: esimerkiksi suosituimmat meemikuvat visuaalisena muotona sisältävät helposti tunnistettavia elementtejä kuten tiettyjä fontteja ja tekstityylejä. Meemit ja muut internetin ilmiöt myös leviävät uskomattoman nopeasti ja voivat olla ensimmäinen kontaktimme kansainvälisiin tapahtumiin. Ne usein myös indikoivat laajempia diskursseja ja logiikoita, jotka tukevat ymmärrystämme kansainvälisistä asioista. (Särämä 2014, 67.)

3.4 Tutkimuksen sijoitus aikaisempaan tietoon

Parodiaa ja muita huumorin lajeja tutkitaan jatkuvasti eri näkökulmista, mutta mitään erityistä huumoritutkimuksen kenttää ei ole. Parodia huumorin tyylilajina ei ole valikoitunut

minkään tietyn tieteenalan kohteeksi kuten journalismi tai mediakulttuuri, vaan sitä tutkitaan useiden eri tieteiden parissa. Useimmiten parodia on tutkimuksessa niin sanotusti sivuosassa ja päärooli huumorinlajeista lankeaa satiirille, useimmiten sen poliittisen ulottuvuuden vuoksi. Tyypillisesti ensisijaisena tutkimuksen kohteena ovat populaarikulttuuriset mediamuodot, huumori ja muun muassa politiikka tai yhteiskunnalliset ja sosiaaliset suhteet sekä järjestykset. Esimerkiksi tässä luvussa jo mainittu Marjo Kolehmainen (2015) käsittelee väitöskirjassaan *Satiiriset Itse Valtiaat* poliittista huumoria 2000-luvun ensimmäisen vuosikymmenen Suomessa. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää poliittista huumoria sekä siitä suomalaisessa julkisuudessa käytävää keskustelua.

Populaarikulttuuriset mediamuodot korostuvat huumorin ja parodian tutkimuksessa: on tutkittu televisiosarjoja, elokuvia, sarjakuvia, musiikkia, nykykirjallisuutta ja 2010-luvulla myös sosiaalista mediaa. Esimerkiksi Niku Hooli (2014) pureutui pro gradu -tutkielmassaan Twitter-parodiaan ja vertasi sitä journalistista satiiria edustavaan tekstityyppiin, pakinaan. Tim Highfield (2015) tutki parodisia Twitter-tiliä ritualistisina sosiaalisen median käytäntöinä, fanikäytäntöjen ja epäkunnioittavan internetkulttuurin jatkumoina. Parodiset Twitter-tilit tarjoavat Highfieldin mukaan keinon herjata julkisia hahmoja ja ajankohtaisia aiheita. (ks. luku kaksi).

Parodian tutkimuksessa korostuu jonkin verran kirjallisuustieteiden rooli. Esimerkiksi Tampereen yliopistossa on tutkittu huumoria ja huumorin tyylilajeja postmoderneissa romaaneissa. Myös kansainvälisesti tarkasteltuna parodiaa tutkivat erityisesti kirjallisuudesta kiinnostuneet teoreetikot. Esimeriksi Simon Dentith on kiinnostunut parodiasta englantilaisessa kirjallisuudessa 1900-luvulla. Parodia ja ironia korostuvat myös kanadalaisen kirjallisuuden professori Linda Hutcheonin tutkimuksessa. Heidän roolinsa korostuvat myös tässä tutkimuksessa. Parodian tutkimuksessa nimeä jo saaneiden tutkijoiden lisäksi olen käyttänyt tutkimukseni teoreettisen viitekehyksen lähteinä parodian tutkimuskentän tuoreimpia ja tutkimusaiheeni kannalta kiinnostavimpia tutkimuksia.

Meemejä on tutkittu Suomessa suhteellisen vähän, vaikka ilmaisumuoto on ollut olemassa jo 1980-luvulta lähtien (ks. luku kaksi). Suomessa tutkimus on vielä vähäistä ja laahaa kansainvälisessä vertailussa. Meemien tutkiminen on alkanut kiinnostaa tutkijoita kuitenkin yhä enemmän, ja odotettavissa on lisää tietoa ilmiöstä. Esimerkiksi tutkija Eliisa Vainikka tutkii syksyllä 2015 käynnistyneessä Visuaalisesti verkossa -projektissa verkon

kuvapalveluja, joissa meemit usein syntyvät ja leviävät. Aihe kiinnostaa mediakulttuurin ja viestinnän tutkijoiden lisäksi muun muassa informaatiotieteilijöitä.

Parodia ja meemit on yhdistetty tutkimuksessa aikaisemmin, tosin hyvin eri tavalla kuin käsillä olevassa tutkimuksessa. Saara Särmä (2014) tutki väitöskirjassaan *Junk Feminism and Nuclear Wannabes – Collaging Parodies of Iran and North Korea* naurun roolia maailmanpolitiikassa. Tutkimus kartoittaa jokapäiväisiä käsityksiä niin sanotuista ydinaseyrkyistä ja osoittaa, miten ydinasejärjestystä tuotetaan humoristissa materiaaleissa, kuten pilakuvissa ja parodisissa meemeissä. Särmä (2014, 69) kuvaa internetin parodisia kuvia populaarikulttuurin erityiseksi muodoksi, jota populaarikulttuurin tutkijat eivät ole oikeastaan aikaisemmin ottaneet huomioon. Hän pitääkin tutkimustaan johdantona tälle uudelle genrelle. Myös tässä luvussa aiemmin mainittu Sangeet Kumar (2015) yhdisti meemit ja parodian ja tutki niitä sosiaalisen ja kulttuurisen kritiikin diskurssina.

Parodian ja meemien yhdistäminen tutkimuksessa on taustatutkimukseni mukaan kuitenkin harvinaista. Tutkimustietoa tarkastellessani en löytänyt tutkimuksia, jotka olisivat käsitelleet meemien käyttämää parodiaa niin tiukasti rajattuna kuin omassa tutkimuksessani. Meemit ja parodia päätyvätkin samaan tutkimukseen tai tieteellisen artikkeliin muun muassa esimerkkeinä internetkulttuurista tai osana jotain ilmiötä tai jonkin sosiaalisen median alustan tutkimusta. Tieto on yllättävää, sillä parodia ja meemit, yhdessä ja erikseen ovat hyvin näkyviä ilmiöitä 2010-luvun mediamaisemassa. Oma tutkimukseni voikin parhaimmillaan tarjota uuden näkökulman aiheen tutkimuskenttään ja mahdollisesti innostaa muita tarttumaan aiheeseen. Tutkimukseni tarjoaa tietoa hyvin rajatusta näkökulmasta, mutta sen arvoa nostaa aiemman tutkimustiedon vähäisyys.

4 PUTIN JA KUMPPANIT - ANALYYSIN ENSIMMÄINEN OSA

Tutkimukseni analyysi jakautuu kahteen osaan (luvut neljä ja viisi). Analyysini ensimmäisessä vaiheessa pyrin saamaan selville parodisten meemien tyypillisiä piirteitä ja ymmärtämään niiden toiminnan logiikkaa. Haen aineistosta samankaltaisuutta, sillä minua kiinnostaa enemmän se, mikä parodisia meemejä yhdistää kuin se, mikä niitä erottaa.

Ensin esittelen analyysin ensimmäisen vaiheen aineiston ja kerron, millä perusteella sen valitsin ja rajasin. Arvioin aineistoni soveltuvuutta ja luotettavuutta tutkimusaiheeni kannalta. Seuraavaksi kuvaan, miten analyysin toteutin ja millaisia tuloksia siitä sain. Tutkimusmenetelmäni esittelen aineiston analyysin lomassa, jotta tutkimuksen kulkua olisi helpompi seurata. Tutkimukseni on laadullinen, mutta käytän apunani myös määrällisen tutkimuksen keinoja. Luvun lopuksi, ennen siirtymistä analyysin toiseen vaiheeseen, kerron millaisia johtopäätöksiä analyysin ensimmäisestä vaiheesta tein.

4.1 Aineistona 20 meemiä

Aloitin potentiaalisen aineistomateriaalin kartoittamisen selaamalla internetsivuja. Kriteereinäni aineiston valinnassa olivat tässä vaiheessa meemin suosio ja oivaltava parodian käyttö. Meemien kartoittaminen ei ole helppoa ja vie aikaa, sillä suomalaisista meemeistä ei ole olemassa yhtä yhtenäistä listaa, joka kokoaisi kaikki vuosien varrella tehdyt ja internetissä leviävät meemit.

Esimerkiksi meemi.fi:n ylläpitäjät kokoavat sivulleen suosittuja ja uusimpia meemejä, mutta kuitenkin melko rajallisesti, kun ottaa huomioon meemien suuren määrän. Meemi.info puolestaan kerää tietoa meemeistä sekä esittelee niiden tekemiseen ja levittämiseen liittyvää sanastoa. Suuri osa meemeistä saa alkunsa ylilauta.org-sivustolla. Se on vuonna 2011 perustettu kuvalauta, jonka nimitys selittyy sivuston keskustelun kuvakeskeisyydellä: keskustelun aloittajan pitää lisätä tekstinsä ohkeen kuva, ja vastaajilla on myös mahdollisuus lisätä viesteihinsä kuvia (Uotila 2013, 5). Ylilaudan etusivulla kerrotaan, että kuvalaudalla vierailee kuukausittain yli kolme miljoonaa kävijää, sivulatauksia kertyy yli 20 miljoonaa ja viestejä lähetetään lähes miljoona kappaletta joka kuukausi (Ylilauta 2015). Meemien etsiminen Ylilaudalta on työlästä viestien suuren määrän vuoksi, mutta myös sisällön laadun vuoksi. Uotila (2013, 5) kuvaakin, miten kuvia tunnetumpi kuvalautojen piirre on keskustelun

räävittömyys ja sisällön arvaamattomuus. Keskustelu on anonyymiä ja ihannoii säännötöntä ja anarkistista ilmapiiriä (emt.).

Selasin meemejä mainituilla sivuilla ja lisäksi sain tuloksia etsimällä meemejä hakukone Googlen avulla. Googlen kuvahaku tuotti tulokseksi suosittuja meemejä, sanahaku toi eteeni muun muassa suosituista meemeistä tehtyjä uutisia. Etsin meemejä myös Youtube.com-alustalta sekä muilta sosiaalisen median alustoilta, kuten yhteisöpalveluiksi kutsutuista Facebookista ja Twitteristä sekä kuvapalvelu-alustoilta kuten Instagramista ja Pinterestistä.

Laadullisen tutkimuksen aineiston keruu vie yleensä tutkijan lähelle tutkittavaa kohdetta. Tyypillisiä aineistonkeruumenetelmiä ovat haastattelu ja havainnointi, mutta myös muu arjessa syntynyt materiaali voi olla analysoinnin kohteena. Tilastolliselle tutkimukselle tyypillisen satunnaisotannan sijaan laadullisessa tutkimuksessa käytetään usein harkinnanvaraista näytettä. Tällöin tutkittavaksi valitaan kohde, jonka kautta tarkasteltavaan ilmiöön voi perehtyä mielekkäästi ja syvällisesti. (Kiviniemi 2001, 68.) Päätin soveltaa analyysini ensimmäisessä vaiheessa aineistonkokoamismenetelmänä eliittiotantaa, joka on eräs harkinnanvaraisen aineiston keruun nimike (Tuomi & Sarajärvi 2013, 86). Vaikka otantaa käytetään usein määrällisessä tutkimuksessa, oli tapa sovellettavissa omaan tutkimukseeni, varsinkin, kun käytän analyysissäni myös määrällisen tutkimuksen keinoja. Eliittiotannassa tutkimuksen perusjoukko voi olla pieni tai suuri, mutta tutkimuksen tiedonantajiksi valitaan vain henkilöt, joilla oletetaan olevan parhaiten tietoa tutkittavasta ilmiöstä. Valinnan kriteerinä on esimerkiksi itseilmaisun taito ja puhekyky. (Emt., 86.) Oman tutkimukseni potentiaalinen joukko ei koostu ihmisistä, mutta sama periaate pätee. Arvioni mukaan saan aineistokseni valitsemieni erilaisten meemien avulla parhaiten tietoa tutkittavasta ilmiöstä, meemeissä käytetystä parodiasta.

Nettimeemit ovat kiinnostaneet minua jo vuosia, ja olen tämän tutkimuksen myötä niitä seurannut ja etsinyt. Siksi koin, että kykenen valitsemaan aineistokseni sellaiset meemit, joiden avulla pystyn kertomaan mahdollisimman paljon tutkittavasta kohteesta. Valitsin aineistokseni mahdollisimman suosittuja ja usein leviäviä meemejä. Tiedostan kuitenkin, että valintaani ohjaavat voimakkaasti muun muassa omat kiinnostuksen kohteeni, elämäntilanteeni, omat kokemukseni, sukupuoleni ja ikäni. Sosiaalinen verkostoni vaikuttaa valintaani myös, sillä iso osa arjessa kohtaamistani meemeistä tulee silmieni eteen käyttämilläni sosiaalisen median alustoilla, joissa ystäväni ja tuttavani niitä levittävät.

Toisaalta monet näin näkemäni meemit ovat suosittuja myös valtakunnallisesti (ja siksi monet oman verkostoni jäsenet niitä jakavat), ja niitä nostetaan esiin myös perinteisessä mediassa. Osa valitsemistani meemeistä edustaa suosittua meemityyppiä, kuten Kuha-meemi, joka esitellään myöhemmin tässä alaluvussa. Näillä perusteilla valitsin otokseeni vuoden 2010 jälkeen levinneitä tai pidemmän aikaa suosiossa olleita, mutta vuosien varrella kehittyneitä meemejä. Osa valituista meemeistä kytkeytyy tiukasti tiettyyn ajankohtaan, osa on ollut suosiossa pidempään. Kuten tässä alaluvussa esitelty Success Baby -meemi osoittaa, meemit voivat myös kehittyä ja muuttua vuosien saatossa. Meemejä tehdään ympäri maailmaa, mutta käsittelen tässä tutkimuksessa vain suomenkielisiä ja suomalaisten tekemiä meemejä, koska olen enemmän kiinnostunut suomalaisesta parodiasta kuin kansainvälisestä. Osalla meemeistä on yleisesti tunnettu ja käytetty nimi, osan meemeistä olen nimennyt itse. Esittelen alla analyysini ensimmäisen osan aineiston eli 20 valitsemaani meemiä. Olen numeroinut meemit selvyiden vuoksi.

1) Putin ratsastaa -meemi (tutkijan antama nimi)



Meemissä parodioidaan Venäjän presidentti Vladimir Putinin esiintymistä julkisuudessa. Putin on ollut nettimeemien suosiossa länsimaissa koko 2010-luvun alun. Yleisradion jo vuonna 2012 tekemässä uutisessa kuvataan, miten presidentti esiintyy miehisyyttä korostavissa tilanteissa. Hän on matkustanut hävittäjäkoneella, sammuttanut metsäpaloja ja uinut jäisessä meressä. Putin kuvataan usein myös ratsastamassa ilman paitaa. Aineistoon

valitussa meemissä on kuvankäsittelyn keinoin leikattu ratsastava Putin alkuperäisestä kuvasta ja liitetty hänet kuvaan, jossa karhu laukkaa vedessä. Meemin tekijästä ei ole tietoa.⁵

2) Erotuomari-meemi (tutkijan antama nimi)



Tuomareiden jääkiekon MM-turnauksessa vuonna 2015 pelatussa Suomi-Tsekki -pelissä antamista tuomioista tuli nettihitti. Erityisesti aiheena oli suomalaisen pelaajan Leo Komarovin olkapäätaklaus, jonka tuomarit tuomitsivat polvitaklaukseksi. Komarov ajettiin taklauksen vuoksi ulos ottelusta. Meemeissä pilkattiin erityisesti ottelun ruotsalaistuomareita mitä omaperäisimmillä tavoilla. Meemin tekijästä ei ole varmuutta.⁶

⁵ Putin ratsastaa -meemin lähde on tietotori.fi. Mainitussa Ylen uutisessa on enemmän tietoa Putin-meemeistä: http://yle.fi/uutiset/putinin_kootut_seikkailut_-_harrikoita_tiikereita_formuloita/6285381. [Viitattu 16.11.2015].

⁶ Erotuomari-meemin lähteenä on Iltalehden uutinen: http://www.iltalehti.fi/mmjaakiekko-2015/2015051219679703_bh.shtml [Viitattu 16.11.2015].

3) Ilmeeni kun -meemi (tutkijan antama nimi)



Meemissä on kuva äkäisestä kissasta, jonka ilmeellä kuvataan tunnetta, kun kuvapalvelu Instagram ei avaudukaan. Meemi edustaa niin kutsuttuja Ilmeeni kun -meemejä, joissa mitä moninaisimpia tunnetiloja kuvataan eläimen tai ihmisen ilmeellä. Teksti alkaa aina "Ilmeeni kun" tai "Ilmeesi kun" eli sisältää alistuskonjunktion (sana "kun"). Kuva meemissä olevasta kissasta julkaistiin Yhdysvalloissa vuonna 2012, minkä jälkeen kissasta ja siitä tehdyistä meemeistä tuli viraali-ilmiö. Kissa nimettiin ilmeensä vuoksi Grumpy Catiksi, ja sillä on omat nettisivut. Meemin tekijästä ei varmuutta.⁷

4) Kun oot kattonu -meemi (tutkijan antama nimi)

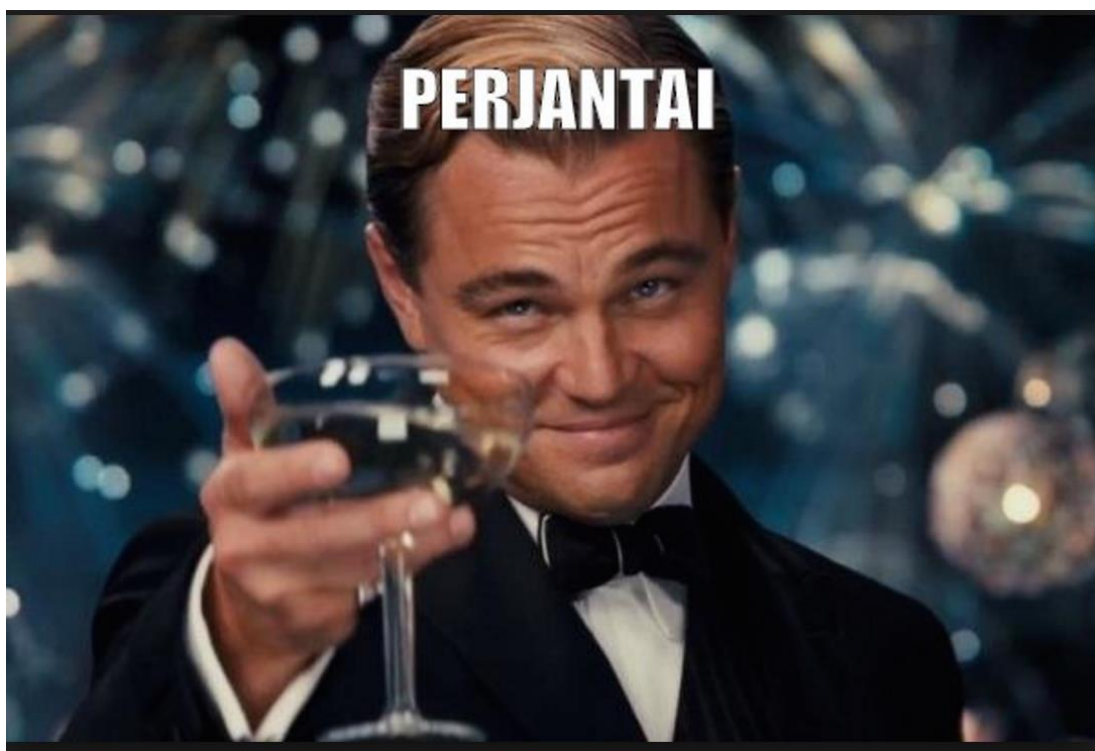
Meemissä kuvataan tunnetta, kun ei tiedä mitä tekisi elämällään, kun on katsonut kaikki katsottavat televisiosarjat. Samankaltaisia meemejä, joissa kuvataan tunnetta, kun jotain on tapahtunut, on paljon. Meemillä voi kuvata monenlaisia tilanteita ja tunnetiloja. Meemin kuva ja teksti vaihtelevat, yhdistävä tekijä on aloitus sivulauseella ja alistuskonjunktilla "Kun". Meemin voi ajatella olevan sukua meemeille, joita Ilmeeni kun -meemi edustaa. Meemin tekijä on nimimerkki @meemimestari.⁸

⁷ Ilmeeni kun -meemi löytyi Instagramista: <https://www.instagram.com/veetumeemit/>. [Viitattu 16.11.2015].

⁸ Kun oot kattonu -meemi löytyi Instagramista: <https://www.instagram.com/meemimestarit/>. [Viitattu 16.11.2015].



5) Perjantai-meemi (tutkijan antama nimi)



Viikonlopun lähestyessä sosiaalisessa mediassa leviää meemejä, joissa vihjaillaan viikonlopun alkavan. Usein meemeissä viitataan myös alkoholiin tai juhliin, joiden parissa viikonloppua juhlintaan. Valitussa meemissä on kuva yhdysvaltalaisesta näyttelijä Leonardo DiCapriosta,

joka kohottaa samppanjalasiaan juhlan merkiksi ja katsoo kuvan katsojaa merkitsevästi. Kuva on todennäköisesti kuvakaappaus jostain elokuvasta, jossa DiCaprio on näytellyt. Kuvan merkitys luodaan DiCaprion ilmeellä ja yhdellä sanalla. Meemin tekijästä ei ole tietoa.⁹

6) Arman-meemi (tutkijan antama nimi)



Reality-ohjelmassa *Arman ja viimeinen ristiretki* Arman Alizad tutustuu elämään maailman vaarallisimmilla ja köyhimmillä alueilla. Ohjelman ensimmäinen tuotantokausi esitettiin syksyllä 2013. Erilaisten maiden ja ihmisten lisäksi ohjelmassa tuli tutuksi Arman Alizad ja hänen sanontansa ja hokemansa, jotka päätyivät myös nettimeemeiksi. Aineistoon valitussa meemissä on kuvankäsittelyn avulla irrotettu Armanin kuva alkuperäisestä kuvasta ja liitetty se tyhjiin suomalaisiin katukuviin. Teksti on sama kuin se, mitä Arman toteaa nähdessään kurjuutta muun muassa slummeissa toisella puolella maapalloa. Meemin tekijä ei ole tiedossa.¹⁰

⁹ Perjantai-meemin lähde: <http://memeraattori.com/v/0M2cDq>. [Viitattu 16.11.2015].

¹⁰ Arman-meemi löytyi Googlen kuvahauulla:

<https://www.potku.net/forum/viewtopic.php?f=21&t=19019&start=70>. [Viitattu 16.11.2015].

7) Kuha-meemi (yleisesti käytössä oleva nimi)



Syksyllä 2015 sosiaalisen median valtasivat kuha-meemit, joissa ajankohtaiseen kuvaan on liitetty kuva kuhasta sekä kuha-sana. Vitsi muodostuu kuha-sanan kaksoismerkityksestä. Meemit leviävät erityisesti Facebookin Vainkuhajutut-sivun ja samannimisen Instagram-tilin kautta. Aineistoon valitussa meemissä kuva on muokattu kuvankäsittelyn keinoin. Meemin tekijästä ei ole tietoa.¹¹

8) Success Kid -meemi (yleisesti käytössä oleva nimi)

Vuonna 2008 sosiaalisessa mediassa alkoi levitä kuva pienestä taaperosta, jolla on hiekkaa nyrkissään. Jossain vaiheessa meemiin yhdistyi Advice Dog -meemistä tuttu tausta ja puhetapa (ks. luku kolme). Meemi on muuttanut muotoaan ja sävyään vuosien varrella, nykymuodossaan taapero jakaa ajankohtaista, mutta kyseenalaista viisautta. Tässä meemissä

¹¹ Kuha-meemi löytyi Facebookin Vainkuhajutut -sivulta:
<https://www.facebook.com/vainkuhajutut/?fref=ts>. [Viitattu 16.11.2015].

kuva pysyy samana ja teksti muuttuu. Meemin englanninkielinen nimi viittaa sen kansainväliseen suosioon ja yhdysvaltalaiseen alkuperään. Meemin tekijästä ei ole tietoa.¹²



9) Batman läpsäisee -meemi (yleisesti käytössä oleva nimi)

Meemissä muokataan saman Batman-sarjakuvasta napatun ruudun puhekuplien tekstiä. Aiheina ovat yleensä ajankohtaiset asiat, mutta puhekupliin voi muokata mitä tahansa tilanteeseen sopivaa tekstiä, kuten aineiston meemissä. Meemiä voi muokata meemigeneraattorivisulla. Meemin tekijästä ei ole tietoa.¹³

¹² Success Kid -meemi: <http://www.meemi.fi/character/success-kid>. [Viitattu 16.11.2015].

¹³ Aineistoon valitun Batman-meemin alkuperä on tuntematon, meemi on kopioitu tutkijan Facebook-seinältä. Tietoa meemistä: http://yle.fi/uutiset/uutinen_on_terve_kun_se_leikkii-_nama_meemit_muistetaan/6429619. [Viitattu 16.11.2015]. Batman-meemien generaattorisivu: <https://imgflip.com/memegenerator/Batman-Slapping-Robin>.



10) Naurava espanjalaismies -meemi (yleisesti käytössä oleva nimi)



Videolla espanjalaismies keskustelelee haastattelijan kanssa ja nauraa hillittömästi omalle tarinalleen. Videopätkästä tuli meemi, kun se tekstitettiin uudelleen ja uudelleen. Aiheina ovat useimmiten ajankohtaiset asiat. Aineistoon valitussa meemissä aiheena on Suomen kesäsää. Meemiksi muuntautuneen videon taustalla on vuonna 2007 Youtubeen ladattu video

espanjalaisesta televisio-ohjelmasta. Meemin on julkaissut Youtube-alustalla nimimerkki "Mojo Erämetsä".¹⁴

11) Grandma Finds the Internet (yleisesti käytössä oleva nimi)



Meemin kuvassa isoäiti tuijottaa kannettavan tietokoneen ruutua ihmeissään. Kuva on tässä meemissä pysyvä elementti, ja meemiä muokataan vaihtamalla tekstiä. Meemillä kuvataan usein ajankohtaisia, ihmetystä aiheuttavia asioita, mutta meemillä voi ilmaista myös muita tilanteeseen sopivia asioita. Englanninkielinen nimi viittaa kansainvälisyyteen ja yhdysvaltalaiseen alkuperään. Meemin tekijästä ei ole tietoa.¹⁵

¹⁴ Naurava espanjalaismies -meemin voi katsoa Youtubesta: <https://www.youtube.com/watch?v=diqmuf1drSk>. Lisää tietoa meemin taustasta: <http://knowyourmeme.com/memes/el-risitas-interview-parodies-shocking-interview>. [Viitattu 16.11.2015].

¹⁵ Grandma Finds the Internet -meemi löytyi Instagramista: <https://www.instagram.com/meemifinland/>. [Viitattu 16.11.2015]. Lisää tietoa meemeistä: <http://www.meemi.fi/character/grandma-finds-the-internet>.

12) Meanwhile in Finland -meemi (yleisesti käytössä oleva nimi)



Alkuvuodesta 2015 Yhdysvalloissa uutisoitiin lumimyrskystä, joka muun muassa pysäytti julkisen liikenteen. Ihmisiä kiellettiin käyttämästä autojaan ja heitä neuvottiin pysymään sisällä. Suomalaisia uutinen tuntui huvittavan, ja näin syntyi sarja meemejä, jotka jatkoivat jo pitkään netissä levinneiden suomalaisten tekemien "Meanwhile in Finland" -meemien sarjaa. Meemeissä kuvataan, mitä Suomessa tehdään samaan aikaan, kun ulkomailla tapahtuu jotain. Meemejä tehdään sekä englanniksi että suomeksi. Meemin tekijästä ei ole tietoa.¹⁶

¹⁶ Meanwhile in Finland -meemi lähteenä on Radio Novan uutinen:
<http://www.radionova.fi/ajankohtaista/uutiset/Lumimyrsky-sekoitti-Yhdysvallat---meanwhile-in-Finland---33265.html>. [Viitattu 16.11.2015].

13) Niinistö -meemi (tutkijan antama nimi)



Kun Sauli Niinistö valittiin presidentiksi 2012, sosiaalisessa mediassa alkoi levitä kuvameemejä, joissa Niinistön kasvot oli kuvankäsittelyn avulla liitetty mitä erilaisimpien henkilöiden kasvojen tilalle. Aineiston meemissä Niinistön kasvot on käsitelty muusikko Lauri Tähkän kasvoihin, mutta kuitenkin niin, että alkuperäisen henkilön tunnistaa. Meemi edustaa johtajia kohtaan tehtyä pilkkaa. Meemin tekijästä ei ole tietoa.¹⁷

¹⁷ Niinistö-meemi löytyi Pinterestistä: <https://www.pinterest.com/sepporoth/sauli-niinisto-huumorilla/>. Pinterestissä on myös joukko muita Niinistöstä tehtyjä meemejä: <https://www.pinterest.com/pin/76350156153054511/>. [Viitattu 16.11.2015].

14) Kun kaunis nainen flirttailee -meemi (tutkijan antama nimi)



Meemissä on yhdistetty neljä kuvakaappausta Disneyn Pieni merenneito -sadusta tekemästä animaatioelokuvasta sekä tekstiä. Kuvien merkitys muuttuu tekstin vaihtuessa. Meemi edustaa meemilajia, jossa kuvataan ensin, miten toinen, tässä kaunis nainen, toimii sekä sen jälkeen ”minän” reaktio. Meemi tuntuu henkilökohtaisemmalta, kun siinä käytetään yksikön ensimmäistä persoona. Vaihtamalla kuvia ja tekstejä tällä tyylillä voi kuvata melkein mitä tahansa tilannetta ja reaktiota. Meemin tekijästä ei ole tietoa.¹⁸

¹⁸ Kun kaunis nainen flirttailee -meemin lähde: <http://hauskimmat.fi/6-hauskaa-meemia-flirttailusta-katso-kuvat/4/>. [Viitattu 16.11.2015].

15) Palkankorotus-meemi (tutkijan antama nimi)



Meemissä pilkataan hallituksen vuonna 2015 käymiä neuvotteluja ja leikkausehdotuksia. Kuvassa on neuvotteluja johtanut pääministeri Juha Sipilä. Muuttuvana osana meemissä on teksti. Aineistoon valitun meemin teksti on rakennettu kuin Sipilän kommentiksi katsojalle. Meemin tekijästä ei ole tietoa.¹⁹

16) Jytky-meemi (tutkijan antama nimi)

Videon muodossa olevassa meemissä on editoitu perussuomalaisten puheenjohtajan Timo Soinin vaalivalvojisissa keväällä 2015 pitämää puhetta. Perussuomalaiset juhlivat vaalivoittoaan, ja käytössä oli taas Soinin jo vuoden 2011 vaalivoiton yhteydessä lanseeraama

¹⁹ Palkankorotus-meemin lähde: <http://www.meemit.net/sait-palkankorotuksen-hienoa/>. [Viitattu 16.11.2015].

sana ”jytty”, josta tuli nettihitti. Sanaa korostetaan myös aineistoon kuuluvassa videossa. Meemin on julkaissut Youtube-alustalla nimimerkki ”Vitsiniekka”.²⁰



17) Dokaamaan-meemi (tutkijan antama nimi)



Meemissä on yhdistetty tunnetun suomalaisen henkilön kuva sekä aiheeseen liittymätön teksti. Kuvassa dokaamisesta innostuu artisti Elastinen eli Kimmo Laiho, joka on tunnetusti kurinalainen treenaaja ja käyttää erittäin vähän alkoholia.

²⁰ Jytty-meemin voi katsoa Youtubesta: <https://www.youtube.com/watch?v=ZXSD9bGCW1o>. [Viitattu 16.11.2015].

Aineiston meemi on esimerkki nettimeemeistä, joissa kuva ja teksti eivät liity toisiinsa, ja ne korostavat ristiriitaisuutta. Meemin tekijästä ei ole tietoa.²¹

18) En se minä ollut -meemi (tutkijan antama nimi)



Meemi yhdistää toisiinsa kuvan ja siihen liittymättömän suomalaisille tunnetun televisiomainoslauseen sekä tuotemerkkiin. Kyseinen kuva on tekstin avulla yhdistetty meemeissä moniin ajankohtaisiin aiheisiin. Kuvan alkuperästä ei ole varmuutta, ei myöskään meemin tekijästä.²²

19) Kun hyttys ei pilaa juhannusta -meemi (tutkijan antama nimi)

Meemin kuvassa lapsi pitää käsissään aidolta näyttävää asetta, mikä on varsinkin suomalaisen silmissä jo melko erikoista ja vakavaa. Tekstissä vakavuus liitetään suomalaisille tuttuun kesäriesaan eli hyttysiin. Kuvan alkuperä on tuntematon, eikä aseiden aitoudesta voi olla varma.

²¹ Dokaamaan-meemin lähde: <http://www.meemit.net/sanoit-sa-dokaamaan/>. [Viitattu 16.11.2015].

²² En se minä ollut -meemi löytyi Instagramista: <https://www.instagram.com/veetumeemit/>. [Viitattu 16.11.2015].

Tekstiä vaihtamalla meemillä voi pilkata aiheita laidasta laitaan. Meemin tekijä on nimimerkki @meemikeisari.²³



20) Hitler kuulee Talvivaarasta -meemi (yleisesti käytössä oleva nimi)

Hitler-meemeissä Perikato-elokuvan yksi kohtaus tekstitetään yhä uudelleen ajankohtaisilla aiheilla. Aineistoon valitussa meemissä käsitellään useita vuoden 2012 ajankohtaisia aiheita. Meemi on lajissaan (Hitler-meemit) suosituin katsojakertojen määrällä mitattuna. Meemin on julkaissut Youtube-alustalla nimimerkki "Talvi Vaara".²⁴

²³ Kun hyttyset ei pilaa juhannusta -meemi löytyi Instagramista:
<https://www.instagram.com/memekeisari/?hl=fi>. [Viitattu 15.11.2015].

²⁴ Hitler kuulee Talvivaarasta -meemin voi katsoa Youtubesta:
https://www.youtube.com/watch?v=vT_7y8EDvJ4. [Viitattu 16.11.2015].



Koska meemien parodiaa on tutkittu vähän ja parodian tutkimus on 2000-luvulla tiedonhakuni perusteella vähäistä parodian suosioon nähden, koin tärkeäksi lisätä tutkimukseni avulla ymmärrystä parodiaa käyttävistä meemeistä sekä parodian keinoista ja toiminnasta. Siksi jaoin analyysini kahteen osaan. Ensin pyrin löytämään meemeistä samankaltaisuutta ja useimmin käytettyjä parodian keinoja. Toisessa vaiheessa syvennyn tarkemmin yhteen meemiin.

Aineistoni on kahdesta vaiheestaan huolimatta rajallinen. Metodikirjallisuus tarjoaa kuitenkin tukea. Tuomen & Sarajärven (2013, 85) mukaan laadullisessa tutkimuksessa ei pyritä tilastollisiin yleistyksiin, vaan tarkoituksena on kuvata ilmiötä tai tapahtumaa, ymmärtää tiettyä toimintaa tai antaa teoreettisesti mielekäs tulkinta jollekin ilmiölle. ”Ratkaisevaa ei ole aineiston koko vaan tulkintojen kestävyys ja syvyys.” Laadullisessa tutkimuksessa korkeakoulujen opinnäytteiden aineistojen koot eivät juuri vaihteile ja pääsääntöisesti aineiston koko on pieni tai vähäinen määrälliseen tutkimukseen verrattuna. (Emt.)

4.2 Analyysi

Tutkimukseni edustaa laadullista eli kvalitatiivista tutkimusta, mutta käytän apunani myös määrällisen analyysin keinoja. Laadullisessa analyysissä aineistoa tarkastellaan yleensä kokonaisuutena (Alasuutari 2011, 38). Kaikki aineistosta löydetty luotettavina pidettävät seikat pitää selvittää siten, etteivät ne ole ristiriidassa esitetyn tulkinnan kanssa (emt.). Analyysini ensimmäisessä vaiheessa jaottelen sisältöä laadullisen analyysin lisäksi

määrällisen eli kvantitatiivisen analyysin avulla. Alasuutari kuvaa määrällistä analyysiä empiiriseen yleistettävyyteen pyrkiväksi tutkimukseksi (emt., 39).

Käytän aineistoni analysoinnissa sisällönanalyysiä. Tuomen & Sarajärven mukaan (2013, 91, 103, 108) se on perusanalyysimenetelmä, jota voi käyttää kaikissa laadullisen tutkimuksen perinteissä. Sisällönanalyysillä voi analysoida dokumentteja (kirjat, artikkelit, haastattelu, puhe, dialogi...) systemaattisesti ja objektiivisesti. Laadullisen aineiston analysoinnilla hajanaisesta aineistosta pyritään tuottamaan mielekästä, selkeää ja yhtenäistä informaatiota. Analyysillä luodaan aineistoon selkeyttä, jotta tutkittavasta ilmiöstä voi tehdä luotettavia johtopäätöksiä. Aineiston laadullinen käsittely perustuukin tutkijan loogiseen päättelyyn ja tulkintaan, jossa aineisto hajotetaan ensin osiin, käsitteellistetään ja kootaan uudelleen yhteen loogiseksi kokonaisuudeksi. (Emt.)

Laadullisessa analyysissä käytetään usein päättelyn logiikkaa, joka on joko induktiivinen (yksittäisestä yleiseen) tai deduktiivinen (yleisestä yksittäiseen). Kahtiajakoa on kritisoitu, sillä se on käytännöllinen ja siinä unohdetaan kolmas tieteellisen päättelyn logiikka, abduktiivinen päättely, jonka mukaan teorianmuodostus on mahdollista, kun havaintojen tekoon liittyy johtolanka tai johtoajatus. (Tuomi & Sarajärvi 2013, 95.)

Näiden perinteisten logiikoiden lisäksi tukeudun Jari Eskolan esittämään kolmen analyysitavan jaotteluun: aineistolähtöinen, teoriasidonnainen ja teorialähtöinen sisällönanalyysi. Jaottelussa otetaan analyysin tekoa ohjaavat tekijät paremmin huomioon kuin induktiivisessa ja deduktiivisessa analyysissä. Eskolan jaottelussa korostuu teorian ja teoreettisen merkitys. (Emt., 95.) Aineistolähtöisessä analyysissä tutkija pyrkii konstruoimaan teorian aineistostaan. Teoriasidonnaisessa analyysissä taasen on teoreettisia kytkentöjä, mutta analyysi ei suoraan pohjautu teoriaan. Teorialähtöisessä analyysissä lähdetään klassisen mallin mukaisesti teoriasta ja palataan siihen empiirisen tutkimuksen jälkeen. (Eskola 2011, 136–137.)²⁵

²⁵ Eskola (2001) puhuu teoriasidonnaisesta analyysistä, Tuomi & Sarajärvi (2013) taas puhuvat teoriaohjaavasta analyysistä. Tässä tutkimuksessa käytetään nimitystä teoriaohjaava analyysi. Molemmat nimet viittaavat samantyyppiseen analyysimuotoon.

Valitsin aineistoni analyysimenetelmäksi teoriaohjaavan sisällönanalyysin. Teoreettinen viitekehyseni koostuu aiheesta tehdystä teoriasta ja aikaisemmista tutkimustuloksista. Tuomen & Sarajärven (2013, 97–98, 117) oppien mukaan aineistoni hankinta oli vapaata suhteessa jo tiedettyyn tietoon tutkittavasta ilmiöstä, eikä teoria siis sanellut aineistoni hankintaa tai tutkittavan ilmiön määrittelyä kuten teorialähtöisessä analyysissä. Aineistolähtöisessä analyysissä tutkija luo teoreettiset käsitteet aineistosta, teoriaohjaavassa ne tiedetään jo valmiiksi. Analyysissäni on tunnistettavissa aiemman tiedon vaikutus, mutta sen merkitys ei ole teoriaa testaava, vaan enemmänkin uusia ajatusuria aukova. (Emt.) En pyri aineistolähtöisen analyysin tavoin luomaan aineistostani uutta teoriaa, enkä teorialähtöisen analyysin tavoin testaa aineiston avulla tiettyä teoriaa. Parodiasta aikaisemmin kirjoitettu teoria ja aikaisemmat tutkimustulokset toimivat valmiina apuvälineinä, kun avaan meemien parodiaa.

Analyysini ensimmäisen vaiheen tarkoituksena on saada selville parodisten meemien toiminnan logiikkaa ja tyypillisiä piirteitä. Haen aineistosta samankaltaisuutta. Minua kiinnostaa, mikä parodisia meemejä yhdistää eikä se, mikä niitä erottaa. Käytän apunani Tuomen ja Sarajärven (2013) analyysin toteuttamismallia. Analyysini ensimmäinen osa jakautuu kolmeen osaan: koodaamiseen, luokitteluun ja yhteenvetoon. Koodausvaiheen tarkoitus on jäsentää ja kuvata aineistoani. Vaiheen muistiinpanot tai niin kutsutut koodimerkit toimivat myös osoitteina, joiden avulla voin tarvittaessa palata ja tarkistaa tekstin kohtia. (Emt., 92–93.)

Aiemmin mainituista päättelyn logiikoista käytössäni on abduktiivinen päättely, jolloin havaintojen tekoon liittyy jokin teoriasta johdettu johtolanka (Tuomi & Sarajärvi 2013, 97). Logiikka on useimmiten käytössä juuri teoriaohjaavassa analyysissä. Aineistolähtöisyys ja valmiit mallit vaihtelevat tutkijan ajatteluprosessissa. Tutkija yhdistelee näitä toisiinsa pakolla, puolipakolla ja luovasti. Tuloksena voi syntyä jotain aivan uuttakin. (Emt.)

Yksi tärkeä analyysin aspekti onkin keksimisen logiikka. Sitä varten ei ole olemassa sääntöjä tai tieteellistä metodologiaa, joka takaisi totuuden etsimisessä menestymisen. Tutkimuksen tekijän pitää itse tuottaa analyysinsä viisaus. Analyysimetodin noudattamisen lisäksi merkityksellisiä ovat yksilön intellektuaalisen vastaanottokyvyn herkkyyys, oivaltaminen ja myös hyvä onni. Analyysin tuloksena aineistosta ei kuitenkaan voi nostaa esiin mitä tahansa, vaan

tutkimustehtävät ja -ongelmat ohjaavat analyysiä. Tutkijan tehtävä on saada lukija luottamaan siihen, että tutkimus on uskottava. (Tuomi & Sarajärvi 2013, 100.)

Aloitin analyysini käymällä yksitellen läpi kaikki 20 aineistoni meemiä. Kirjasin ylös kaikki havaintoni ja ajatukseni, enkä tässä vaiheessa kiinnittänyt huomiota niiden tasoon, merkitykseen tai relevanttiuteen, jotta en alkaisi sensuroida itseäni ja näin kaventaisi havaintojeni määrää. Analyysimenetelmäni on teoriaohjaava, joten parodiasta aikaisemmin tuotettu tieto ohjasi havaintojani väistämättä. Huomioitani ja ajatuksiani ohjasivat myös omat kokemukseni, taustani, arvoni ja huumorintajuni. Tämä on hyvä pitää mielessä analyysin yhteenvedon ja johtopäätöksiä lukiessa.

Kirjasin muistiinpanoihin huomioita meemeissä käytetyistä henkilöistä tai fiktiivisistä hahmoista, heidän olemuksestaan, sukupuolestaan sekä maskuliinisuudesta ja feminiinisuudesta (ks. Butler 2006), poliittisesta viitteestä. Kirjasin ylös meemeissä käytettyjä kuvankäsittelyn keinoja, kuten kuvamanipulaatiota ja päälle liimattua tekstitystä. Useissa aineiston meemeissä oli käytetty muun muassa Hosiaisuoman (2003) parodian määritelmästä tuttua liioittelua, mikä on parodialle tyypillinen tyyli pilkata kohdettaan. Myös toinen parodialle tyypillinen tyyli, stereotypia, korostui (ks. Pullen & Rhodes 2012). Tunnistin aineistosta myös epätodennäköisten aiheiden tai kohteiden käyttöä ivan keinona (Oxford English Dictionary 2015) ja epärealistisuutta ylipäättään.

Useissa aineiston meemeissä oli käytetty tunnettua henkilöä, kuten valtion kuolleita ja elossa olevia johtajia (Adolf Hitler ja Vladimir Putin) sekä julkisuudesta tuttuja henkilöitä (esimerkiksi Elastinen). Virallista valtaa on pilkattu jo keskiajalla (ks. Bahtin 1995), ja karnevalismi todistaakin, että parodian juuret ovat kansankulttuurissa (ks. Docker 1995, Dentith 2000). Tunnettujen henkilöiden avulla kyseenalaistetaan myös yhteiskunnallisia rakenteita, kuten Hutcheonin (2000) esittämä parodian valtuutus rikkoa normeja kuvaa.

Teoreettisen viitekehyksen vaikutuksesta huomioni kiinnittyi myös parodian tunnistamiseen (ks. Hutcheon 2000, Lehtonen 2004). Ymmärsin kaikissa aineistoni meemeissä käytetyn parodian, mutta mitä se minulta vaatii? Koska valitsin aineistokseni vain suomenkielisiä meemejä, liittää se meemit osaksi suomalaisen yhteiskunnan muodostamaa kontekstia. Jotta ymmärtäisi esimerkiksi pilkkaa vuonna 2015 valinneista poliittisista puheenaiheista, pitää olla tietoinen vallitsevan eduskunnan ja hallituksen henkilöistä, heidän päätösehdotuksistaan ja niistä käytävästä julkisesta keskustelusta. Pilkka suomalaisesta pääministeristä ei avaudu

espanjalaiselle turistille, jolla ei ole tietoa siitä, millaiset aiheet otsikoissa ovat. Toisaalta huomaa meemeissä myös laajempia konteksteja. Esimerkiksi jääkiekkotuomareiden ivaaminen on osa laajemmin tunnettua urheilukulttuuria. Mikäli meemin tekstitys käännettäisiin englannin kielelle, naurattaisi vitsi myös rapakon takana.

Havaintojen ja piirteiden kirjaamisvaiheen jälkeen minulla oli koossa 20 A4-kokoista paperia täynnä muistiinpanoja kustakin meemistä. Seuraavaksi tutkiskelin meemejä uudelleen ja täydensin muistiinpanojani. Kirjasin niin sanotun toisen kierroksen muistiinpanot erilleen ensimmäisen kierroksen havainnoista. Huomiotani johdattivat ensimmäisellä tutkimuskierroksella keräämäni tiedot ja havainnot, mutta koin kuitenkin tärkeäksi merkitä toisen kierroksen havainnoit muistiin. Käytin aineistoni kirjalliseen kuvaamiseen reilusti aikaa, jotta tunnistaisin siitä mahdollisimman paljon piirteitä. Teoriatietoni ohjasi havaintojani kahdella tavalla. Osasin etsiä parodian määritelmästä ja teoriasta tuttuja, mainittuja ja esimerkein selitetyjä piirteitä. Toisaalta parodiaan perehtyneenä minulla oli valmiuksia löytää uusia piirteitä, sillä parodian keinoja ei voi rajata kattavaan listaan. Kuten Hutcheon (2000) kuvasi, parodia elää ja muuttuu kulttuurin ja ajan kanssa.

Analyysini toista osaa kutsun luokitteluksi. Tuomen ja Sarajärven (2013, 93) mukaan yksinkertaisimmillaan aineistosta määritellään luokkia ja lasketaan, kuinka usein kukin luokka esiintyy aineistossa. Tätä aineiston järjestämismuotoa pidetään kvantitatiivisena eli määrällisenä analyysinä sisällön teemoin (emt.). Aloitin työn tekemällä taulukon, johon merkitsin kustakin meemistä tekemäni huomiot tai piirteet. 20 meemiä muodostivat taulukon Y-akselin, eli vasemmalla olevan pystyakselin, huomiot ja piirteet merkitsin taulukon yläreunaan vaakaa, X-akselille. Näin muistiinpanoni piirtyivät eteeni selkeämmin.

Kun meemissä esiintyi samoja piirteitä kuin aikaisemmissa, rastitin ne taulukon sarakkeisiin. Seitsemännen meemin kohdalla huomasin, että meemeissä toistui joitakin samoja piirteitä. Huomasin siis jonkinasteista saturaatiota. Saturaatiolla tarkoitetaan tilannetta, jossa aineisto alkaa toistaa itseään, eikä koodatusta aineistosta nouse tutkimusongelman kannalta uutta tietoa (Tuomi & Sarajärvi 2013, 87). Näin pienellä otannalla täydelliseen saturaatioon ei ole mahdollista päästä, ja tässä vaiheessa saturaatio oli enemmän tutkijan epävirallinen huomio. Todellinen tulos selviäisi vasta analyysin lopussa. Samojen piirteiden toistuminen jo tässä vaiheessa kertoo kuitenkin jossain määrin meemien samankaltaisuudesta.

Perinteiseen tapaan paperille tekemäni taulukko oli lopulta yli metrin leveä, joten sen esittäminen tässä selkeästi ei ole mahdollista. Y-akselilla oli 20 riviä (aineiston meemit), X-akselille kertyi 34 saraketta, jotka kuvasivat meemien piirteitä, kuten "tunnettu henkilö", "liioittelu", "tunnetta tai asennetta kuvaava ilme", "poliittinen viite", "puhekielisyys", "samastuminen", "stereotypia", "suuri johtaja", "kuvamanipulaatio", "vastakkainasettelu", "sukupuoliroolit" ja "liittyä ajankohtaiseen uutiseen tai ajanjaksoon".

Piirteiden joukossa oli myös meemin parodian ymmärtämiseen viittaavia sarakkeita, kuten "ymmärtäminen vaatii tietyn kontekstin tuntemisen". Tähän sarakkeeseen olin merkinnyt meemejä, joiden ymmärtämiseksi katsojan täytyy tuntea esimerkiksi Arman Alizadin tähdittämä reality-sarja tai nopeasti suosioon nousseiden Kuha-meemien tyyli. Koska meemin, kuten minkä tahansa tekstin, merkityksen ymmärtäminen on viime kädessä mahdotonta ilman kontekstia (ks. Lehtonen 2004), päätin rajata nämä havainnot analyysin ensimmäisestä osasta. Sen tavoitteena on löytää meemeistä yhteisiä piirteitä; meemien tulkinta ja merkityksen muodostuminen ovat syynäyksen alla analyysin toisessa osassa.

Taulukon sarakkeisiin merkitsemäni piirteet olivat tässä vaiheessa vielä hiomattomia huomioita, osa yleisempiä ja osa yksityiskohtaisia. Myös sarakkeiden otsikot olivat paikoin epämääräisiä ja laveita. Esitän myöhemmin tässä luvussa taulukon, jossa näkyy millaiseen luokitteluun olen taulukon sarakkeita yhdistelemällä ja karsimalla päätenyt.

Kun olin merkinnyt taulukkoon kaikista meemeistä tekemäni muistiinpanot, kävin meemit vielä yksitellen läpi ja tarkistin, löytyisikö niistä taulukon avulla piirteitä, joita en ollut vielä huomannut. Etsin siis tietoisesti samankaltaisuutta. Seuraava askel luokittelussa oli tarkastella sarakkeiden otsikkoja ja sisältöä tarkemmin. Jotkin sarakkeiden sisällöt ja otsikot muistuttivat toisiaan niin läheisesti, että päädyin yhdistelemään niitä. Olin esimerkiksi erotellut sarakkeissa meemissä käytettyjä elementtejä kuten tekstiä ja kuvaa. Eri sarakkeissa olivat esimerkiksi meemi, jossa oli yhdistetty useita kuvia ja tekstiä, sekä meemi, jossa oli vain yksi kuva ja yksi sana. Päätin yhdistää tämänkaltaiset sarakkeet yhdeksi sarakkeeksi, joka kuvaa meemin käyttävän kuvan ja tekstin yhdistelmää riippumatta kuvien tai tekstin määrästä. Päätin rajata pois ne piirteet, joita esiintyi vain seitsemässä tai vähemmässä meemissä, sillä meemien erot eivät ole analyysini kohteena. Näin sain aineistostani esiin 12 luokkaa, joista kukin kuvaa meemien tiettyä piirrettä. Otsikoin piirteet vielä tarkemmin

kuvaamaan sisältöään. Luokat on esitelty alla olevassa taulukossa. Esittelen niiden sisältöä tarkemmin taulukon jälkeen.

Taulukko 2.

	Ajankohtaisuus	Epärealistisuus	Liioittelu	Puhekielisyys	Samastuminen	Stereotypia	Tunnetta kuvaava ilme tai asenne	Tunnettu henkilö	Viittaus Suomeen...	Viittaus tunnettuun sanontaan tai tuotteeseen	Yhdistää kuvaa ja tekstiä	Yhdistää toisiinsa liittymättömät asiat
Putin ratsastaa		X	X			X	X	X				X
Erotuomari	X		X	X		X			X		X	X
Ilmeeni kun			X		X	X	X			X	X	
Kun oot kattonu			X	X	X		X				X	
Perjantai					X		X	X			X	X
Arman	X	X	X	X				X	X	X	X	X
Kuha		X		X	X				X	X	X	X
Success Kid							X		X	X	X	X
Batman läpsäisee				X	X	X	X				X	X
Naurava espanjalaismies	X		X	X	X		X		X			X
Grandma Finds the Internet				X		X	X			X	X	
Meanwhile in Finland	X	X	X			X	X		X		X	X
Niinistö	X	X						X				X
Kun kaunis nainen flirttailee			X		X	X	X				X	X
Palkankorotus	X		X				X	X	X		X	
Jytky	X		X	X		X		X		X		
Dokaamaan		X	X	X	X		X	X	X		X	X
En se minä ollut	X	X	X				X			X	X	X
Kun hyttyset ei pilaa juhannusta	X	X	X	X	X				X		X	X
Hitler kuulee Talvivaarasta	X	X	X			X	X	X	X	X		X
Yhteensä	10	9	14	11	9	9	14	8	10	8	15	15

Ajankohtaisuus

Kymmenen meemiä viittasi jollakin tapaa ajankohtaiseen aiheeseen, kuten jääkiekon MM-kisoihin (Erotuomari-meemi), vastavalittuun presidenttiin (Niinistö-meemi) tai tiettyinä ajanjaksona televisiossa näytettyyn mainoslauseeseen (En se minä ollut -meemi). Ajankohtaisuus on tässä laeva käsite, jolla viitataan esimerkiksi muutamia viikkoja kestäneeseen jääkiekkoturnaukseen tai poliittisiin tapahtumiin, jotka ovat olleet otsikoissa muutamista päivistä kuukausiin.

Epärealistisuus

Havaitsin yhdeksän meemin kuvaavan epärealistista tilannetta. Useimmissa meemeissä kuvattu tilanne oli erittäin epätodellinen, kuten Putin ratsastaa -meemissä, jossa Venäjän presidentti ratsastaa karhulla. Epärealistisuutta oli luotu myös kuvamanipulaation avulla.

Liioittelu

Meemeissä usein toistuva piirre oli liioittelu. Sitä oli käytetty neljässätoista meemissä kahdestakymmenestä. Esimerkiksi Kun kaunis nainen flirttailee -meemissä huonoa flirttailutaitoa liioiteltiin vertaamalla flirttailijaa lintuun, joka tunkeilevasti työntää päänsä kohteensa päätä vasten. Naurava espanjalaismies -meemissä Suomen kesän sateisuutta liioiteltiin tarinaa kertovan miehen hersyvällä naurulla sekä tekstillä, jossa voimasanoihin kuvattiin loppumatonta sadetta.

Puhekielisyys

Yhdessätoista meemissä käytettiin tekstissä tai puheessa puhekieltä kirjakielen sijaan. Näin meemeissä korostui arjessa käytetty kieli ja puhetapa. Puhekielisyys on myös yksi keino, jolla luodaan katsojalle samastumisen tunnetta.

Samastuminen

Puolessa kahdestakymmenestä meemistä käytettiin apuna samastumista. Esimerkiksi Ilmeeni kun -meemissä ja Kun kaunis nainen flirttailee -meemissä teksti oli muokattu yksikön ensimmäiseen persoonaan, minä-muotoon. Meemeissä käytettiin samastumisen keinona myös yksikön toista persoona, jolla saatiin vaikutelma, että meemi puhuttelee tulkitsijaa.

Stereotypia

Yhdeksässä meemissä oli leikitelty stereotypialla. Esimerkiksi Erotuomari-meemissä tuomarit oli kuvattu tekstin avulla sokeiksi ja tyhmiksi, mikä on yksi tuomareista kansainvälisestikin olemassa oleva stereotypia. Meanwhile in Finland -meemissä oli kuvattu stereotyyppinen karski suomalainen mies sekä suomalainen asenne, joka ei pienestä pakkasesta hätkähdä.

Tunnetta kuvaava ilme tai asenne

Yksi yleisimmistä aineiston meemien piirteistä oli kuvassa tai videolla näkyvä ilme, joka kuvasi jotakin tunnetilaa ja jolla oli suuri rooli merkityksen luomisessa, usein yhdessä tekstin kanssa. Esimerkiksi Ilmeeni kun -meemissä ihmisen kokemaa tunnetta, ärsyyntymistä, ilmennettiin tuiman kissan ilmeellä. Grandma Finds the Internet -meemissä teknologian ja erilaisten vapaa-ajan palvelujen, kuten Netflixin, mystisyyttä ikääntyvän väestön joukossa kuvataan isoäidin ihmettelevällä ilmeellä.

Tunnettu henkilö

Kahdeksassa meemissä kahdestakymmenestä oli käytetty tunnettua henkilöä. Viisi heistä on suomalaisia (Arman Alizad, Sauli Niinistö, Juha Sipilä, Timo Soini ja Elastinen eli Kimmo Laiho), kolme ulkomaalaisia (Vladimir Putin, Leonardo Di Caprio, Adolf Hitler). Näistä meemeistä seitsemässä tunnettu henkilö oli ainakin osittain ivan kohteena.

Viittaus Suomeen/suomalaisuuteen/suomalaiseen kulttuuriin

Yhdeksässä meemissä viitattiin jollakin tapaa Suomeen tai suomalaisuuteen tai suomalaiseen kulttuuriin. Näin nostettiin esiin suomalainen kaupunkikuva (Arman), suomalainen kesä (Naurava espanjalaismies) tai hyttyset (Kun hyttyset ei pilaa juhannusta).

Viittaus tunnettuun sanontaan/tuotteeseen

Kahdeksassa meemissä viitattiin johonkin yleisesti Suomessa tunnettuun sanontaan tai tuotteeseen tai sovellukseen. Tunnettu sanonta saattoi liittyä televisio-ohjelmaan (Arman-meemi), tunnetun poliittisen henkilön esiin nostamaan sanaan (Jytty-meemi) tai tunnettuun tuotteeseen tai tuotemerkkiin (En se minä ollut -meemi, Hitler-meemi). Nämä viittaukset olivat kaikki laajasti tunnettuja.

Yhdistää kuvaa ja tekstiä

Eniten samankaltaisuutta löytyi meemien muodossa. Viidessätoista meemissä on käytetty kuvan ja tekstin yhdistelmää. Kuvien ja tekstin määrä kuitenkin vaihtelee yhdestä kuvasta monen kuvan kuvamanipulaatioon ja tekstin määrä yhdestä sanasta lauseeseen.

Yhdistää toisiinsa liittymättömät asiat

Useimpia aineiston meemejä yhdisti niiden tapa liittää toisiinsa kaksi tai useampia toisiinsa liittymättömiä asioita tai aiheita. Näin oli tehty viidessätoista meemissä. Esimerkiksi Perjantai-meemissä on yhdistetty todennäköisesti elokuvasta kaapattu kuva, jossa näyttelijä kohottaa lasiaan, sekä sana perjantai. Nämä elementit eivät liity toisiinsa, mutta meemissä merkitys on luotu ne yhdistämällä. Kuvan ja tekstin yhdistäminen ei kuitenkaan välttämättä luo tilanteesta epärealistista.

4.3 Johtopäätökset

Pyrin löytämään analyysini ensimmäisessä vaiheessa meemeistä ja niiden parodiasta samankaltaisia piirteitä. Analysoin aineistostani 12 luokkaa, joita voi tämän analyysin perusteella tarkastella myös meemien yleisten piirteiden listana. Tässä alaluvussa tavoitteeni on tehdä analyysini tulosten perusteella johtopäätöksiä siitä, mikä parodisia meemejä yhdistää. Jotta johtopäätökseni olisivat mahdollisimman selkeät, olen jalostanut tuloksista kuusi niin kutsuttua teesiä, joiden avulla piirrän kuvaa siitä, millaisia parodiset meemit tyypillisesti ovat.

Meemit ovat ajankohtaisia. Suuri osa aineiston meemeistä oli saanut inspiraation ajankohtaisesta aiheesta. Useimmiten meemivyöryn saa aikaan esimerkiksi tapahtuma, uutinen, trendi, populaarikulttuurin suositut tuotteet tai erilaiset muutostilanteet.

Esimerkiksi Jytky-meemi ja Palkankorotus-meemi olivat tulosta vuonna 2015 uutisissa olleista poliittisista kuumista perunoista, perussuomalaisen vaalivoitosta ja hallituksen palkkojen leikkaus ehdotuksista. Niinistö-meemi alkoi kukoistaa, kun Sauli Niinistö valittiin presidentiksi. Poliitiikka onkin yksi meemien tekijöiden ehtymätön sammio, joka tarjoaa koko ajan uutta ajankohtaista pilkattavaa, kuten luvussa kolme ollut esimerkki Barack Obaman trollaamisestakin osoittaa (Burroughs 2013).

Myös suositut viihdeohjelmat saavat usein aikaan meemiepidemian. Arman-meemeissä käytetään Arman Alizadin viljelemiä hokemia ja sananparsia. Aineiston meemissä parodian kohteena ovat Armanin hokemat ja tyypillinen suomalainen pieni kunta tai kaupunki, jonka kadut loistavat tyhjyyttään. Television lähetykset tarjoavat meemin tekijöille muitakin aineksia. En se minä ollut -meemissä parodioidaan Pirkka-tuotemerkin televisiomainoksia. Alkuperäisessä mainoksessa ja meemissä on sama hokema, mutta konteksti on täysin erilainen. Mainoksessa kuvataan perheen arkea, meemissä hokema on yhdistetty palavaan taloon ja tytön ilkikuriseen ilmeeseen.

Ajankohtaisuudelle ei voi määrittää tiettyä aikajaksoa. Joskus kyse on muutamasta päivästä, toisessa ääripäässä aihe voi olla ajankohtainen kuukausien ajan. Suomalaisen kesäsään ivaaminen on oiva esimerkki pidemmästä ajankohtaisuudesta. Naurava espanjalaismies - ja Kun hyttyset eivät pilaa juhannusta -meemit ovat ajankohtaisia koko kesän. Niissä ivataan suomalaista kesää, jolloin sataa koko ajan, ja hyttysten hävittämiseen tarvitaan järeät aseet. Meanwhile in Finland -meemin uudet variaatiot kukoistavat, kun pakkanen erottaa meidän suomalaisten sinnikkyuden muusta maailmasta. Talvella se on ajankohtainen, mutta tämän meemilajin edustajat toimivat monilla muillakin tasoilla. Suomalaisen (liioitellun) sinnikkyuden kuvaaminen on ajatonta.

Makrokuva on suosituin meemin muoto. Suuri osa aineiston meemeistä oli muotokieleltään samanlaisia: niissä oli sekä kuvaa että tekstiä. Kuvia voi olla useita ja niitä on voitu manipuloida. Tekstin määrä vaihtelee yhdestä sanasta lauseeseen. Muunnoksissa muuttuva elementti vaihtelee.

Esimerkiksi Batman läpsäisee -meemin ja Success Kid -meemin muunnoksissa kuva pysyy samana ja teksti vaihtuu. Meanwhile in Finland -meemissä teksti pysyy ja kuva vaihtuu. Aineistossa oli myös meemejä, jotka eivät kerää suosiota muunnelmillaan, vaan enemmänkin osuvalla ivalla. Esimerkiksi Kun hyttyset eivät pilaa juhannusta -meemi ei ole samalla tavalla toistettavissa kuin kappaleessa aiemmin mainitut meemit. Se on kuitenkin tehty samalla muotilla.

Meemit ovat vuosien varrella kehittyneet ja muuttaneet muotoaan. Davisonin (2012) mukaan ensimmäiset meemit olivat 1980-luvulla kehitetyt hymiöt. 2010-luvulla yleisin meemi on makrokuva (emt.). Tämä muoto on myös oman analyysini perusteella suosituin ja jättää taakseen videomeemit sekä esimerkiksi kuvameemit, joissa ei ole tekstiä. Davison on tutkinut

meemien muotoja yksityiskohtaisemmin ja keskittynyt yhdysvaltalaiseen meemikulttuuriin, mutta analyysini perusteella suomalaisen meemikulttuurin voi sanoa myötäilevän amerikkalaista suuntausta. Tekstin ja kuvan yhdistäminen antaa tekijälle mahdollisuuden luoda monitasoisempaa parodiaa kuin esimerkiksi pelkällä kuvalla. Videomeemit ovat myös suosittuja, mutta niiden suosiota rajoittaa todennäköisesti niiden katsomiseen kuluva aika.

Meemit puhuttelevat katsojaa. Yksi meemien toiminnan pilari on päätelmäni mukaan katsojan puhuttelu. Esimerkiksi Ilmeeni kun -meemissä ja Kun oot kattonu -meemissä korostuu katsojan samastuminen meemissä kuvattuun tilanteeseen. Parodia avautuu katsojalle, jos hän tietää, miltä kuvattu tilanne tuntuu. Samaistumista on vahvistettu valitsemalla tekstin muodoksi yksikön ensimmäisen persoonan, minä-muoto. Meemin katsojalle voi tulla tunne, että meemi tulkitsee hänen ajatuksiaan tai että meemi suorastaan puhuttelee.

Meemit puhuttelevat tulkitsijaa myös tunnetta tai asennetta kuvaavilla ilmeillä. Esimerkiksi ärsyyntymistä voi kuvata kuuluisan kissan tunnetilaa kuvaavalla ilmeellä. (Ilmeesi kun -meemi). Yksi keino puhutella on myös puhekielen käyttö. Suuri osa meemien teksteistä oli puhekielisiä, mikä osaltaan auttoi samaistumista ja toi meemien kerronnan lähelle tulkitsijan arkea.

Meemeissä liioitellaan. Analyysini perusteella yksi suosituimmista meemeissä käytetyistä parodian keinoista on liioittelu tai stereotyyppioilla leikkiminen. Mainitut keinot ovat tyypillisiä tapoja, joilla parodia toistaa muunnellen alkuperäistä tekstiä tai aihettaan (ks. Hutcheon 2000). Putin ratsastaa -meemi pilkkaa Venäjän presidentin maskuliinisia harrastuksia liioittelemalla. Hevosella ratsastus on kuvankäsittelyn keinoin vaihtunut karhulla ratsastamiseen. Maskuliinisuuden liioittelu kääntää maskuliinisuuden naurettavaksi (ks. Pullen & Rhodes). Meanwhile in Finland -meemissä liioitellaan suomalaista sisua ja kestävyyttä: meille suomalaisille 20 asteen pakkas on vielä auringonottokeli.

Meemit ammentavat julkisuudesta. Meemeissä käytetään usein pilkan välineenä tunnetun henkilön kasvoja tai hänen luonteenpiirteitään tai esimerkiksi yleisesti tunnettuja sanontoja. Meemin vitsi tai iva kohdistuu melko usein esitettyyn henkilöön tai aiheeseen, mutta tunnetut kasvot voivat olla myös väline vitsailla muusta aiheesta. Myös Suomi ja suomalainen kulttuuri ovat suosittuja meemien aiheita. Esimerkiksi Dokaamaan-meemissä suomalaisen artistin Elastisen kasvojen ilmettä käytetään vahvistamaan tekstiä "dokaamaan". Elastinen on

tunnettu paitsi musiikistaan myös yltiöpositiivisuudestaan. Hän käyttää tunnetusti hyvin vähän alkoholia²⁶, mikä luo meemille uudenlaisen, ironisen sävyn. Tässä ironia rakentuu sanotun todellisten tarkoituksien ristiriidalle (ks. Hosiaisuus 2003). Kuvassa sanotaan yhtä, mutta tarkoitetaan toista.

Meemit, kuten monet mediamuodot ennen sitä, ammentavat pilkan aiheita myös valtaa pitävistä suurista johtajista. Hietala (1988, 13) toteaaakin, että niin kauan kuin poliittista valtaa on käytetty, sitä on myös pilkattu. Aineistossa esimerkiksi Niinistö-meemi, Putin-meemi, Palkankorotus-meemi, Jytty-meemi ja erityisesti Hitler kuulee Talvivaarasta -meemi pilkkaavat julkisuudesta tai historiasta tunnettuja valtaa pitäviä henkilöitä. Hietalan (1988, 15) mukaan verbaaliselle ja kuvalliselle poliittiselle pilailulle on ominaista vakavan ja arvokkaan politiikan tai poliitikon alentaminen esittämällä kohde yhteen sopimattomassa kontekstissa.

Videomeemi Hitler kuulee Talvivaarasta pilkkaa yhdellä tasolla toisen maailmansodan aikana vallan kahvassa ollutta sotajohtaja Adolf Hitleriä. Julkisuuden henkilöksi häntä ei voi kutsua, mutta hänen nimensä ja tekonsa ovat tunnettuja kautta maailman. Toisella tasolla meemissä pilkataan suomalaisia ajankohtaisia aiheita. Tekstityksessä vilahtaa julkisuudesta tuttuja henkilöitä kuten kaivososakeyhtiö Talvivaaran toimitusjohtaja Pekka Perä.²⁷

Vallanpitäjiin kohdistuva komiikka voi toimia myös kritiikin muotona (Hietala 1988, 13). Näin huumorin avulla käytetään valtaa, jossa suuri ja mahtava alistetaan naurun kohteeksi. Alistamalla vallanpitäjän naurun kohteeksi pilapiirtäjä (tai parodisen meemin tekijä) tekee kohteen pienemmäksi ja siten helpommin käsiteltäväksi. Näin vallanpitäjän mahdollisia väärinkäytöksiäkin on helpompi sietää. (Emt.)

Meemit esittävät epätodennäköisyyksiä. Analyysini perusteella meemin koominen vaikutelma luodaan usein yhdistämällä toisiinsa liittymättömiä asioita ja epätodennäköisiä aiheita. Epärealistisuutta luodaan myös kuvamanipulaation avulla. Esimerkiksi Perjantai-meemissä on yhdistetty kansainvälisesti menestynyt näyttelijä suomalaiseen kulttuuriin, jossa perjantai merkitsee vapaan viikonlopun aloitusta. Putin ratsastaa -meemin asetelma on esimerkki epätodennäköisestä tilanteesta.

²⁶ Elastisen haastattelu ja sitaatti alkoholinkäytöstä: <http://www.iltasanomat.fi/laihdutus/art-2000000593479.html> [Viitattu 8.12.2015].

²⁷ Hitler-meemin parodiaan perehdytään tarkemmin analyysin toisessa vaiheessa, luvussa viisi.

5 HITLER KUULEE TALVIVAARSTA - ANALYYSIN TOINEN OSA

Tämä luku käsittelee tutkimukseni analyysin toista vaihetta. Ensin tarkastelen analyysini kohteena olevaa meemiä ja perustelen sen valintaa tarkemman sisällönanalyysin kohteeksi. Seuraavaksi esittelen analyysini toteutustavan ja saamani tulokset. Tutkimusmetodini käyttöä esittelen analyysin edetessä, kuten analyysin ensimmäisessä osassa. Päätän luvun tulosten avulla tekemiini johtopäätöksiin.

5.1 Tarkastelussa yksi meemi

Analyysini toisen vaiheen aineistoksi valitsin yhden ensimmäisen vaiheen 20 meemistä. En käyttänyt analyysini toisen vaiheen aineiston hankinnassa mitään tiettyä otantamenetelmää, vaan kyse on tutkijan tekemästä valinnasta.

Aineistonani analyysin toisessa vaiheessa on Hitler kuulee Talvivaarasta -meemivideo, joka on julkaistu 9.11.2012 Youtube.com-alustalla²⁸. Videota on katsottu Youtubessa 185 144 kertaa (13.2.2016) ja se on pituudeltaan kolme minuuttia 49 sekuntia. Videon on julkaissut anonyymi käyttäjä, jonka nimimerkki on ”Talvi Vaara”.

Video on yksi monista niin kutsutuista Hitler-meemivideoista, jotka ovat uudelleen tekstitettyjä versioita saksalais-itävaltalaisen *Perikato*-elokuvan²⁹ kohtauksesta, jossa Hitler kuulee, että puna-armeija lähestyy Berliiniä. Meemissä käytetyn elokuvan kohtauksen paikkana on Adolf Hitlerin komentobunkkeri Berliinissä. Hitler istuu työpöytänsä takana, toisella puolella on joukko armeijan upseereja. Kohtauksessa Hitlerille kerrotaan, että puna-armeija lähestyy Berliiniä, ja vaikuttaa siltä, että sota on hävitty. Hitler ottaa uutisen vastaan välillä raivokkaasti huutaen upseereilleen, välillä rauhallisesti puhuen. Hetkittäin kuvataan huoneen ulkopuolelle kerääntyneitä sotilaita ja kahta sihteeriä. Hitler kuulee Talvivaarasta -meemin kulku ja tekstitys on kirjattu auki liitteessä tutkielman lopussa.

Meemi on videon muodossa, joten siinä on kuvaa, ääntä ja tekstiä ja se on kestoaltaan melko pitkä nettivideoksi. Se siis ilmaisee itseään monella tavalla. Yksi yleisimmistä meemeistä on makrokuva, johon on tyypillisesti liitetty lyhyt teksti (ks. luku kolme).

²⁸ Hitler kuulee Talvivaarasta: https://www.youtube.com/watch?v=vT_7y8EDvJ4.

²⁹ Tietoa Perikato-elokuvasta: [https://fi.wikipedia.org/wiki/Perikato_\(elokuva\)#Internet-ilmi.C3.B6](https://fi.wikipedia.org/wiki/Perikato_(elokuva)#Internet-ilmi.C3.B6).

Näitä makrokuvia oli myös analyysini ensimmäisen osan aineistossa, mutta näiden kuvien sisältö ja ilmaisu ovat videon sisältöön verrattuna yksinkertaisia. Tekstitetyt kuvameemit parodioivat yleensä vain yhtä tai kahta aihetta kerrallaan.

Valitsin kyseisen meemin sen suosion ja monitasoisuuden vuoksi. Halusin tutkia parodiaa laajalle levinneen meemin kautta, sillä sen suosion takia voi olettaa, että katsojat ovat ymmärtäneet parodian ja todennäköisesti nauttineet sen tarjoamasta ivasta.

Mittasin suosiota katselukertojen määrällä, jonka perusteella suosituin suomalaisista Hitler-meemeistä on Hitler kuulee Talvivaarasta. Valintaani vaikutti myös oma suhtautumiseni selaamiini meemeihin. Hitler-meemissä viehätti sen oivaltava parodia, joka jaksaa naurattaa, vaikka videon on katsonut monta kertaa.

Hitler kuulee Talvivaarasta on monisäikeinen ja parodioi monella tasolla. Se parodioi tekstityksen avulla useita vuoden 2012 tapahtumia ja otsikoihin nousseita aiheita, kuten Talvivaaran Kaivososakeyhtiön vuodosta aiheutunutta kohua, suomalaisten ruokakauppaketjujen tuotteiden laatua ja hintaa, politiikkaa ja journalismia.

Videomeemin taustalla oleva teksti eli Hitlerin vaiheista toisen maailmansodan loppuvaiheilla kertova elokuva *Perikato* sisältää jo itsessään parodisia piirteitä: silmiinpistävää elokuvassa on Hitlerin eleiden, puhetavan ja esiintymisen liioittelu, mikä antaa hahmosta koomisen vaikutelman. Dentithin (2000) mukaan parodia tarttuukin usein tiettyyn käyttäytymiseen tai tyyliin, liioittelee siitä naurettavan ja esittää näin kritiikkiä.

Hietalan (1998, 15) mukaan verbaaliselle ja kuvalliselle poliittiselle pilailulle on ominaista vakavan ja arvokkaan politiikan tai poliitikon alentaminen esittämällä kohde sen arvon kanssa yhteen sopimattomassa kontekstissa (Hietala 1998, 15).

Vallanpitäjiin kohdistuva komiikka voi toimia kritiikin muotona. Näin huumorin avulla käytetään valtaa, jossa suuri ja mahtava alistetaan naurun kohteeksi. (Emt., 13.) Hitler käytti aikanaan valtaa, mutta suureksi ja mahtavaksi häntä ei voi kutsua. Hietala toteaaakin, että alistamalla vallanpitäjän naurun kohteeksi pilapiirtäjä (tai tässä tapauksessa parodisen meemin tekijä) tekee kohteen pienemmäksi ja siten helpommin käsiteltäväksi. Näin vallanpitäjän mahdollisia väärinkäytöksiäkin on helpompi sietää. (Emt., 13.)

5.2 Analyysi

Analyysini toisessa vaiheessa tutkin meemien parodiaa analyysini ensimmäisen vaiheen tulosten avulla. Ensimmäisessä vaiheessa selvitin, millaisia parodian keinoja meemeissä käytetään ja mitä yhteistä meemien toiminnan logiikassa on. Analyysini tuotti 12 luokkaa, joita voi tarkastella meemien yleisinä piirteinä. Hitler kuulee Talvivaarasta -meemistä löytyy yhdeksän yleistä piirrettä (ks. taulukko kaksi, s. 60). Nämä piirteet tuntuivat hyvin luontevalta lähtökohdalta jatkaa ja syventää analyysiä toisessa vaiheessa.

Analyysini ensimmäisessä osassa pyrin löytämään ja havainnoimaan aineistosta kaikkia mahdollisia meemien ja parodian piirteitä, mutta analyysin toisessa osassa lähtökohta on erilainen. Analysoin aineistoa ennalta määriteltujen piirteiden näkökulmasta ja pyrin ymmärtämään, miten parodia toimii, kun meemissä yhdistyy useampi viestinnällinen muoto. Haluan erityisesti selvittää, mitä lisäarvoa kuva tuo meemiä rytmittävälle tekstitykselle.

Analyysini toinen vaihe on ensimmäisen vaiheen lailla laadullista tutkimusta ja sisällönanalyysiä. Käytän apunani analyysin ensimmäisestä osasta tuttua Tuomen ja Sarajärven (2013) analyysin toteuttamismallia koodaaminen, luokittelu ja yhteenveto, mutta hieman soveltaen. Koska toisen vaiheen aineistonani on video, jossa on liikkuvaa kuvaa, ääntä ja tekstiä, käytän apunani myös multimodaalista tekstianalyysiä. Jewittin (2014, 15) mukaan multimodaalisuuden lähtökohta on, että viestintä ja representaatio ovat enemmän kuin vain kieli. Multimodaalisessa lähestymistavassa läsnä on koko ihmisten käyttämien viestinnällisten muotojen kirjo (kuva, ele, katse, asento, puhe, tilankäyttö jne.) sekä niiden väliset suhteet. Multimodaalisuuden näkökulmasta merkityksiä tehdään, jaetaan, otetaan vastaan, tulkitaan ja tehdään uudelleen useiden viestinnän ja representaation muotojen (*mode*) tulkinnan kautta. (Emt.)

Aloitin analyysini valitsemalla työkalukseni mittayksikön, jonka avulla pystyisin hahmottamaan videon multimodaalista dataa. Päätin käyttää mittayksikkönä meemin tekstitystä, koska sillä on meemissä keskeinen funktio: Hitler-meemien taustalla oleva kohtaus Perikato-elokuvasta on pysyvä elementti, ja muuttuvana elementtinä on tekstitys, jota muokataan yhä uudelleen meemin uusissa versioissa. Tekstitetyt elokuvan kohtauksen henkilöhahmojen repliikit tuntuivat selkeimmältä tavalta hahmottaa pala palalta videota, josta piti havainnoida useita samanaikaisia multimodaalisia viestinnän muotoja. Pohdin mittayksikkövaihtoehtoksi myös aikaa, muun muassa videon paloittelua esimerkiksi 20

sekunnin pätkiin tai jaottelua toiminnan tai kuvakulmien perusteella. Päädyin kuitenkin repliikkeihin ja niiden tekstitykseen, vaikka niiden pituus ja sisältö vaihtelevatkin paljon. Jaoin videon tekstityksen perusteella yhdeksään mittayksikköön. Osa mittayksiköistä on yhden henkilön, useimmiten Hitlerin tekstitettyjä repliikkejä, ja osa yhdistää yhteen useamman lyhyen repliikin, esimerkiksi kysymys-vastaus -tilanteessa.

Seuraavaksi ryhdyin koodaamaan aineistoa eli merkitsemään muistiin liikkuvassa kuvassa näkemiäni ja kuulemiani meemin yleisiin piirteisiin liittyviä havaintojani. Jotta pystyin analysoimaan videon multimodaalista dataa systemaattisesti, litteroin multimodaaliset viestinnän muodot tutkittavaan muotoon. Yleensä litteroinnilla viitataan prosessiin, jossa äänitetty data muutetaan kirjoitetuksi tekstiksi (Flewitt ym. 2014, 50). Esimerkiksi sanomalehtitekstin litterointi ja analysointi eroaa kuitenkin huomattavasti multimodaalisen tekstin analyysistä, jonka litteroinnissa pyritään tuomaan esiin muun muassa tilaa, elekieltä ja vuorovaikutusta (emt.).

On tärkeää ymmärtää, että litterointi on aina tutkijan tuottama pelkistetty versio tutkittavana ja tarkkailtavana olevasta todellisuudesta: jotkin yksityiskohdat ovat tutkijalle ensisijaisia ja jotkin tutkija jättää pois (Flewitt ym. 2014, 50). Tiedon esittäminen tietyssä muodossa heijastelee aina tutkijan subjektiivisia päämääriä ja ohjaa väistämättä myös tutkimuksen tuloksia (emt.). Havaintoihini ja huomioihini vaikuttivat analyysin ensimmäinen vaihe ja meemeistä ja niiden parodiasta tekemäni huomiot, puhumattakaan tutkimukseni teoreettisesta viitekehyksestä.

Kirjasin kustakin mittayksiköstä koodamani ja litteroimani havainnot erikseen A4-kokoisille paperiarkeille taulukkomuotoon. Tein kustakin mittayksiköstä ja litteroimistani huomioista taulukon, jotta minun olisi helpompi hahmottaa muistiinpanojani ja kokonaisuutta. Kunkin taulukon yläpuolella otsikkona oli mittayksikölle antamani työnimi sekä mittayksikön ajallinen sijainti videolla. Taulukon Y-akselin eli vasemman pystyakselin muodostivat meemissä olevat yhdeksän piirrettä: ajankohtaisuus, epärealistisuus, liioittelu, stereotypia, tunnetta kuvaava ilme tai asenne, tunnettu henkilö, viittaus Suomeen/suomalaisuuteen/suomalaiseen kulttuuriin, viittaus tunnettuun sanontaan/tuotteeseen ja yhdistää toisiinsa liittymättömät asiat. Vaakatasossa olevan X-akselin muodostivat videosta litteroimani multimodaalinen data. En rajoittanut havaintojani tässä vaiheessa, vaan merkitsin muistiin mahdollisimman paljon havaintoja eleistä, ilmeistä,

tilankäytöstä, äänenkäytöstä ja niin edelleen. Litteroin multimodaaliset viestinnän muodot tekstiksi kuten "Hitler istuu kumarassa pää painuneena", "upseeri korjaa univormunsa kaulusta ja vilkaisee toista upseeria hermostuneesti", "sihteeri puhuu kuiskaten", "Hitler huutaa niin, että sylki lentää suusta", "upseerien otsat ovat hikiset", "upseerit seisovat hiljaa pöydän edessä ja katsovat maahan, Hitler istuu pöydän toisella puolella". Tässä vaiheessa työpöydälläni oli yhdeksän X-akseliltaan hyvin leveiksi venynyttä taulukkoa.

Kannattaa ottaa huomioon, että litteroinnissa yksi viestinnän muoto muutetaan toiseksi ja tällöin myös viestin merkityksen muodostumisen rakenne ja dynamiikka muuttuvat (Flewitt 2014, 52). Jotain siis aina menetetään, kun esimerkiksi kuvassa näkyvä toiminta muutetaan tekstiksi, huolimatta siitä, kuinka seikkaperäisesti toiminnan kuvaisi. Monimutkaisen vuorovaikutustilanteen pakottaminen tekstiksi ei ollut helppo tehtävä. Flewitt ym. (2014, 51) toteavatkin, että täysin tyydyttävää litterointitapaa multimodaaliselle, samanaikaisesti useita viestinnän muotoja sisältävälle tekstille ei vielä ole.

Kun olin litteroinut videon sisällön X-akselin sarakkeisiin, aloin käydä havaintojani läpi aineistomeemistä löytyvien yhdeksän piirteen näkökulmasta eli luokitella taulukkoon litteroitua dataa. Tarkoitukseni oli tiivistää litteroidusta datasta piirteiden merkityksen muodostumisen kannalta olennaiset viestinnän muodot. Analyysin tässä vaiheessa näkökulmani kaventui, sillä jatkoin analyysiä tarkastelemalla litteroitua multimodaalista dataa ennalta määrättyjen määreiden eli meemin piirteiden näkökulmasta.

Kävin läpi meemin yhdeksän piirrettä kussakin yhdeksässä mittayksikössä. Mikäli X-akselilla tekstiksi litteroitu multimodaalinen viesti sopi piirteeseen, rastitin kohdan. Tässä vaiheessa myös täydensin X-akselille litteroituja tekstejä, eli tein uusia sarakkeita uusille huomioille. Käytin tukena myös analyysin ensimmäisen osan muistiinpanoja Hitler kuulee Talvivaarasta - meemistä. Aineiston litterointi ja luokittelu olivat työläitä vaiheita, sillä videota piti katsoa uudelleen ja uudelleen ja pohtia viestinnän muotojen mahdollista lisäarvoa piirteille. Vaiheen jälkeen minulla oli kasassa X-akselin pituudella mitattuna hyvin leveitä taulukoita täynnä litteroitua dataa ja rasteja. Kokonsa puolesta taulukoiden esittäminen ei tässä ole mahdollista.

Taulukoiden ja niihin merkitsemieni rastien luoman kokonaiskuvan avulla huomasin, että monet multimodaaliset viestinnän muodot liittyivät useisiin piirteisiin. Tästä syystä päätin yhdistää joitakin meemin piirteitä: esimerkiksi "epärealistisuus" ja "yhdistää toisiinsa liittymättömät asiat" olivat niin samankaltaisia, että niiden välille oli vaikea tehdä eroa. Päätin

myös yhdistää piirteet ”viittaus Suomeen/suomalaisuuteen/suomalaiseen kulttuuriin” ja ”viittaus tunnettuun sanontaan/tuotteeseen”, sillä ne nivoutuivat yhteen. Tuotteet, joihin videolla viitataan, ovat useimmiten suomalaisia, Suomeen liittyviä tai Suomessa tunnettuja.

Tässä vaiheessa työtäni huomasin, että taulukoiden antama kokonaiskuva ei tarjonnut tarpeeksi pitkälle jalostettua tietoa, jotta voisin erottaa multimodaalisten viestinnän muotojen lisäarvon. Siksi päätin jatkaa aineiston luokittelua järjestelmällä mittayksiköt, meemin piirteet ja multimodaalinen sata uudelleen toisenlaisen taulukon avulla. Jätin paperin ja kynän ja loin excel-tilukon, jonka Y-akselille sijoitin yhdeksän mittayksikköä ja X-akselille sijoitin piirteet, joita oli tässä vaiheessa seitsemän muutamien piirteiden yhdistämisen jälkeen. Tiivistin ja poimin paperille tekemistäni taulukoista erottuvat ja korostuvat litteroimani multimodaaliset viestinnän muodot ja kirjasin ne akselien väliin jääville riveille ja sarakkeille. Taulukon avulla pystyin hahmottamaan paremmin, mitä lisäarvoa liikkuva kuva parodian toimimiseen ja merkityksen muodostumiseen antoi.

Olin ennen luokitteluvaihetta hieman epävarma siitä, kannattaako vaihe toteuttaa taulukoiden avulla, mutta jälkikäteen olin tyytyväinen. Taulukot ja luokittelut olivat selkeitä tapoja jaotella ja järjestellä multimodaalinen data sellaiseen muotoon, josta pystyy analysoimaan tulokset ja tekemään johtopäätöksiä.

Esittelen seuraavaksi analyysini tuottamat tulokset. Olen jaotellut ne meemin piirteiden mukaisesti. Meemin piirteet ovat keskenään hyvin erilaiset, ja siksi osassa piirteitä analyysillä oli selkeästi suurempi arvo kuin toisilla.

Ajankohtaisuus

Hitler-meemien ajankohtaisuus on sidottu vahvasti tekstitykseen, joka on meemin muuttuva elementti. Liikkuva kuva ja ääni ei analyysini perusteella tuo meemin ajankohtaisuudelle lisäarvoa. Perustankin meemin ajankohtaisuuden arvioinnin uutislähteisiin. Niiden avulla piirrän kuvaa julkisesta keskustelusta, jonka keskelle meemi syntyi. Meemi käsittelee useita vuoden 2012 ajankohtaisia aiheita, mutta erityisesti se nostaa esiin loka-marraskuussa 2012 julkisuudessa kuohuttaneita aiheita. Hitler kuulee Talvivaarasta -meemi julkaistiin 9.11.2012.

Meemissä pääroolissa oleva Talvivaaran Kaivososakeyhtiö oli meemin julkaisuajankohtana erityisen ajankohtainen. Viisi päivää ennen meemin julkaisua julkisuudessa kerrottiin, että Talvivaaran kaivoksen kipsisakka-altaassa on vuoto ja altaan pohjasta purkautuu

ympäristöön valtavia määriä jätevettä (Saavalainen 2014). Seuraavina päivinä vuotokohtaa paikannettiin ja yritettiin tukkia. Talvivaaran nikkelikaivoksessa oli ollut ympäristöongelmia toiminnan aloittamisvuodesta 2008 asti. Edelliset vuodot havaittiin vuosina 2008 ja 2010. Vuonna 2012 alettiin puhua jo kriisistä, kun kaivoksen työntekijä kuoli hengitettyyään tehtaan ulkopuolella rikkivetypitoista ilmaa. Kuukautta myöhemmin kaivoksen bioliuotusaltaasta löydettiin 39 kuollutta lintua, joista mitattiin korkeita päästöpitoisuuksia. (Emt.).³⁰ Meemissä mainitaan myös ELY-keskus, jolle Talvivaaran piti vuodon aikana toimittaa lisäselvityksiä³¹ sekä vuodon aikaan ympäristöministerinä toiminut Ville Niinistö, joka vieraili kaivoksella³².

Meemiin on nostettu myös muita ajankohtaisia aiheita. Lokakuussa 2012 MTV3.fi julkaisi uutisen Euroviisubabushkasta, jonka isä oli kadonnut Nazisin taistelussa (Vehkoo 2013). Uutinen oli käännetty AP-uutistoimistolta ja *"fighting the Nazis"* oli käännetty virheellisesti Nazisin taisteluksi. Virhe nostatti julkisuuteen keskustelun suomalaisen journalismin laadusta ja sai aikaan joukon meemejä. (Emt.). Meemissä nostetaan esiin myös dosentti Johan Bäckmanin väitöskirjan aineisto ja epäily sen todenperäisyydestä (Helsingin Sanomat 2012). MTV3:n 45 minuuttia -ohjelmassa kerrottiin, että väitöskirja perustuu aineistoon, jota kukaan ei ole nähnyt (emt.).

Meemissä on päivän polttavien ajankohtaisaiheiden lisäksi viittauksia esimerkiksi Suomessa toimivien kaupparyhmien omien tuotemerkkien laatuun ja hintaan sekä kaupparyhmien bonusjärjestelmiin sekä suomalaisten intoon kerätä bonuspisteitä. Tämä aihepiiri on otsikoissa aika ajoin, koska se liittyy vahvasti ihmisten arkeen. Aihetta voisikin kutsua alati ajankohtaiseksi.

Epärealistisuus/ Yhdistää toisiinsa liittymättömät asiat

Hitler kuulee Talvivaarasta -meemi yhdistää toisiinsa liittymättömiä asioita ja aiheita. Tekstityksessä kerrotaan tarinaa suomalaisen yhteiskunnan ajankohtaisista tapahtumista ja uutisista, kuvassa näytetään ja kuullaan toisen maailmansodan viimeisiin hetkiin liittyvä

³⁰ Talvivaaran tapahtumat vuodesta 2008 vuoteen 2015 aikajanalla:

<http://www.kainuunsanomat.fi/kainuun-sanomat/kainuu/kriisista-kriisiin-katso-talvivaaran-kuoppainen-aikajana/>.

³¹ Uutinen Kainuun ELY-keskus odottaa lisäselvityksiä Talvivaaralta:

http://yle.fi/uutiset/kainuun_ely-keskus_odottaa_lisaselvityksia_talvivaaralta/6371112.

³² Ympäristöministeriön tiedote Ville Niinistö Talvivaarassa: [http://www.ym.fi/fi-fi-](http://www.ym.fi/fi-fi/Ajankohtaista/Tiedotteet/Tiedotteet_2012/Ville_Niinisto_Talvivaarassa_Ulkopuoline)

[FI/Ajankohtaista/Tiedotteet/Tiedotteet_2012/Ville_Niinisto_Talvivaarassa_Ulkopuoline](http://www.ym.fi/fi-fi-Ajankohtaista/Tiedotteet/Tiedotteet_2012/Ville_Niinisto_Talvivaarassa_Ulkopuoline).

kohtaus, jossa esiintyvät natsijohtaja Hitler ja tämän upseerit. Epärealistisuus syntyy videon ja tekstityksen aiheiden rajusta kontrastista.

Karikoiden voi todeta, että kaikki meemin multimodaaliset viestinnän muodot tukevat epärealistisen tarinan muodostumista, sillä videolla nähtävät ilmeet, katseet, asennot, tilankäyttö ja kuvakulmat kertovat täysin eri tarinaa kuin tekstitys.

Liioittelu

Meemissä liioitellaan sekä tekstin että kuvan avulla. Lähtökohtaisesti jo meemin asetelma on liioiteltu, koska Suomessa tapahtuvat ajankohtaiset asiat, kuten ympäristökatastrofi ja toimittajan virheen kirvoittama journalismikritiikki, liitetään toisesta maailmansodasta ja natseista kertovaan elokuvaan.

Talvivaaran ympäristökatastrofin vakavuutta liioitellaan kuvan ja äänen avulla niin, että tulos on koominen. Tekstityksen tarinassa päärooleissa ovat Talvivaara, ympäristökatastrofin vaiheet ja kaivoksen mahdollinen tulevaisuus. Kuvassa esitettävä kohtaus tapahtuu pääsääntöisesti pienessä huoneessa, jossa upseerit kertovat diktaattori Hitlerille, että puna-armeija lähestyy Berliiniä ja vaikuttaa siltä, että sota on hävitty.

Tekstityksellä ja sen ajoittamisella upseerien ja Hitlerin repliikeihin luodaan vaikutelma siitä, että upseerit ovat ikään kuin Talvivaaran kaivoksen työntekijöitä ja Hitler Talvivaaran toimitusjohtaja Pekka Perä, jonka nimeä ei kuitenkaan kokonaisuudessaan tekstityksessä mainita. Näin sinänsä jo vakava aihe, ympäristökatastrofi, käännetään koomiseksi liioittelemalla sitä sotaviitekehyksen avulla.

Ympäristökatastrofin merkitystä liioitellaan esimerkiksi yhdistämällä kipsisakka-altaan vuodon tilanneraportti kuvaan, jossa hermostuneet ja pelokkaat upseerit kertovat diktaattorilleen, että vihollinen on tulossa ja sota hävitty. Kun tekstitys yhdistetään kuvaan, jossa Hitler alkaa huutaa upseereilleen, jotka seisovat Hitlerin pöydän edessä ja kuuntelevat hievahtamatta, saadaan aikaan liioiteltu tilanne, jonka voi tulkita niin, että Pekka Perä ikään kuin läksyttää alaisiaan siitä, miten he eivät ole onnistuneet tukkimaan vuotoa. Lisämaustetta parodiaan saadaan yhdistämällä Talvivaaran yritykset tukkia vuoto suomalaisten kauppayhmien omien tuotemerkkien tuotteisiin, kuten Euroshopper-kelmuun.

Stereotypia

Kuvasta on tunnistettavissa armeijaan, sen hierarkiaan ja diktaattoriin/sotajohtajuuteen liittyviä stereotypioita. Stereotypiaa hierarkkisesta armeijasta kuvaavat asetelma ja tilankäyttö, jossa pöydän toisella puolella upseerit seisovat hiljaa päät painuneina ja vilkuilevat toisiaan pelokkaasti ja heitä vastapäätä istuu diktaattori Hitler, joka simputtaa upseereitaan lähinnä huutamalla. Diktaattorin stereotypia näyttäytyy Hitlerin mielivaltaisena käytöksenä, joka pelottaa upseereja: hän huutaa, takoo rintaansa, paiskoo kyniä ja toisaalta istuu pää painuneena, puhuu hiljaa ja uhoaa.

Kun kuvassa näkyvät stereotypiat liitetään tekstitykseen, syntyy parhaimmillaan tai pahimmillaan vaikutelma, että Talvivaaran toimitusjohtaja käyttäytyy kuin diktaattori ja Talvivaaran yrityksen kulttuuri on sotilaallinen kuten armeijassa. Tämän merkityksen ymmärtämiseksi tulkitsijan pitää tunnistaa kuvassa mainitut stereotypiat.

Tunnetta kuvaava ilma tai asenne

Kuvassa näkyvät ilmeet ja niistä tai eleistä heijastuvat asenteet ovat elinehto merkitykselle, joka tekstityksellä ja kuvalla saadaan aikaan. Läpi koko videon Hitlerin upseerien kasvoilla näkyy pelkoa ja hermostuneisuutta: heidän katseensa ovat usein paineet alas, kun Hitler uhoaa tai huutaa, heidän otsansa ovat hionneet, he vilkuilevat toisiaan kulmien alta varovaisesti. Eleillä viestitään samaa tunnetta: tiukan upseerinpuvun kauluksen korjaus, puvun takin etumuksen koskettaminen vapisevalla kädellä, seisominen liikkumatta, kädet roikkuen. Myös puheessa kuuluu sama pelokas tunne: nopea puherytmi.

Sama pelko ja hermostuneisuus näkyvät myös, kun kuva siirtyy niin kutsutun tilannehuoneen ulkopuolelle. Kahdesta sihteeristä toinen nyyhkyttää lohduttomasti, toinen lohduttaa häntä kuiskaamalla hiljaa ja kietomalla kädet tämän hartioille. Muut ulkopuolella ovat lähinnä upseereja, jotka myös seisovat liikkumatta ja kuuntelevat Hitlerin huutoa sanomatta mitään ja vilkuillen toisiaan.

Kasvoista ja eleistä näkyvät tunnetilat liittävät Talvivaaran katastrofiin pelon johtajaa kohtaan. Hitlerin kasvoilta näkyy hetkittäin alistuneisuus tilanteeseen, varsinkin, kun hän istuu kumarassa pää painuneena. Enemmän kasvoilta näkyy kuitenkin raivoa, kun hän rypistää kasvojaan ja huutaa suu auki, niin että sylki lentää. Sama raivo näkyy eleissä, kun hän liikehtii niin, että säntillisesti kammatut hiukset hapsottavat otsalla, kun hän takoo rintaansa

ja heittää kynät pöydällä olevalle kartalle. Ilmeet ja eleet luovat yhdessä tekstityksen kanssa koomisen vaikutelman, sillä tekstityksen kontekstissa ilmeiden ja eleiden kautta näkyvä pelko ja raivo ovat liioiteltuja.

Tunnettu henkilö

Meemissä parodiaa luodaan tunnettujen henkilöiden kautta kaksoismerkityksellä. Ilmeinen tunnettu henkilö on kuvassa esiintyvä toisen maailmansodan natsidiktattori Adolf Hitler, joka on tunnettu julmista toisen maailmansodan teoistaan. Hänen julmuutensa heijastuu myös pelkona upseerien kasvoilla. Hitler on kansainvälisesti tunnettu henkilö.

Ilmeisen henkilön lisäksi tekstityksen luoma viitekehys luo fyysisesti näkyvälle henkilölle toisen, ikään kuin piilotetun ja näkymättömän tason. Hitlerin repliikkeihin tehtyjen tekstityksien aiheiden ja muodon vuoksi hänen voi tulkita puhuvan Talvivaaran toimitusjohtaja Pekka Perän suulla. Perä on Suomen mittakaavassa tunnettu henkilö. Parodia piirtyy muun muassa tästä kaksoismerkityksestä, jonka havaitsemiseksi pitää tuntea Talvivaaran tilanne sekä katastrofin keskellä julkisuudessa esiintyvä Perä.

Suurin osa Hitlerin sitaateista on tekstitetty siten, että ne ovat ikään kuin Pekka Perän suulla puhuttuja. Meemin viimeinen sitaatti on puhuttu molempien suulla: ”Emme käyneet Nazisin taistelua turhan takia. En ymmärrä, miten ihmiset ovat unohtaneet sen. Nyt jo. Kiittämättömät. Uraaninapit saavat Suomen nousuun. Saavat katua, että nauroivat minulle... Perästä kuuluu.” Sitaatin alussa taistelun unohduksella viitataan toimittajan suomennosvirheeseen: sota on vuosikymmenissä jo unohdettu, koska edes natsipuolueen nimeä ei enää muisteta. Katumisesta varoittamisen voi tulkita sekä Hitlerin että Perän lausumaksi. Myös ”Perästä kuuluu” -toteamuksen voi tulkita joko Perän uhoksi omasta asemastaan tai Hitlerin uhoksi siitä, miten hänestä tullaan jälkikäteen vielä kuulemaan.

Viittaus Suomeen/suomalaisuuteen/suomalaiseen kulttuuriin, Viittaus tunnettuun sanontaan/tuotteeseen

Kuva luo tekstityksessä mainittuihin suomalaiseen kulttuuriin ja suomalaisiin tai Suomessa tunnettuihin tuotteisiin liittyviin viittauksiin merkityksiä erityisesti ilmeiden ja asenteiden kautta. Viittaukset liitetään johonkin tunnetilaan tai arvolataukseen, jota usein liioitellaan parodisen vaikutelman saamiseksi.

Kun hermostuneesti puhuvan upseerin puhe tekstitetään kertomaan tarinaa siitä, miten upseerit olivat ostaneet lähikaupasta Pirkka-merkkistä tuorekelmua vuodon tukkimista varten, ja kun Hitler raivostuminen ja huuto tekstitetään puheeksi siitä, miten Pirkkaa ei saisi ostaa, liioitellaan kauppojen omien tuotemerkkien huonoa laatua ja luodaan näin koominen vaikutelma.

Kun Hitlerin sihteereistä toinen nyyhkyttää lohduttomasti ja toinen lohduttaa häntä, ja kun tekstityksessä lohduttavan sihteerin sanoiksi laitetaan "Älä huoli, Plussa-pisteesi säilyvät kyllä.", pilkataan liioittelemalla suomalaisten intoa kerätä kanta-asiakaskortteja ja juosta bonusten perässä.

5.3 Johtopäätökset

Analyysini toisessa vaiheessa pyrin ymmärtämään, miten parodia aineiston meemissä toimii analysoimalla, mitä arvoa meemin multimodaalinen data luo tekstitykselle ja merkityksen muodostumiselle. Käytin analyysin lähtökohtana analyysin ensimmäisessä osassa tulokseksi saamiani meemin yleisiä piirteitä.

Tässä alaluvussa tavoitteeni on tehdä analyysini tuloksista johtopäätöksiä, jotka auttavat ymmärtämään meemien parodian toimintaa. On tärkeää muistaa johtopäätöksiä lukiessa, että analyysini tuloksista tekemäni johtopäätökset eivät ole yleistettäviä, vaan ne auttavat ymmärtämään meemin parodian toimintaa vain aineistona olleen meemin osalta.

Jaottelin analyysini tulokset aineiston meemissä olevien piirteiden tai niiden yhdistelmien avulla. Tämä jaottelu helpotti myös analyysin tekemistä, mutta mitä pitemmälle analyysissäni etenin, sitä enemmän ymmärsin, että oivaltava parodia käyttää hyväkseen samanaikaisesti useampia meemin piirteitä. Tästä syystä en lokeroi johtopäätöksiäni piirteiden tai yleistävien alaotsikoiden alle, vaan pyrin kuvailemaan esimerkkien avulla parodian toimintaa.

Multimodaaliset viestinnän muodot muodostavat yhdessä liiton, ja selvän eron tekeminen merkityksen muodostumiselle erilaisten muotojen välillä on haasteellista. Kuva ja tekstitys ovat meemin rakennuselementteinä yhtä tärkeitä, ja meemi vaatii molemmat onnistuakseen parodiassaan. Kuvan multimodaalisella datalla on kuitenkin meemissä rytmittävä rooli: tekstitys tehdään sopimaan kohtauksessa nähtäviin kuvakulmiin, hahmojen ilmeisiin ja eleisiin, tilankäyttöön, hahmojen repliikkeihin. Parodia toimii meemissä parhaiten, kun meemin piirteet tekevät saumatonta yhteistyötä.

Hitler kuulee Talvivaarasta on esimerkki meemistä, jonka menestymisen avaimista tärkeimpiä on ajankohtaisuus. Meemi julkaistiin, kun Talvivaaran vuoto ja sen vaikutukset ympäristölle täyttivät otsikot. Se onnistui ajallisesti osumaan kaikkien huulilla ja näppäimistöillä olevaan keskusteluun. Meemissä on onnistuttu yhdistämään päivänpolttavaan aiheeseen myös muita ajankohtaisia aiheita samalta syksyltä.

Tärkein menestymisen avaimista on kuitenkin ajankohtaisten aiheiden kekseliäs parodioiminen erilaisin keinoin. Hitler kuulee Talvivaarasta -meemin parodinen pilkka nojaa vahvasti epätodennäköisten, toisiinsa liittymättömien aiheiden yhdistämiseen ja epärealistisen tilanteen luomiseen sekä liioitteluun.

Liioittelu on meemin käytetyin parodian keino. Liioittelun kautta myös monet muut meemissä olevat yleiset piirteet tulivat näkyviksi. Meemi liioittelee, kun se yhdistää kaksi toisiinsa liittymätöntä aihetta ja hyvin erilaista kontekstia: toisen maailmansodan viimeiset hetket vuodelta 1945 ja suomalaiset ajankohtaiset aiheet vuodelta 2012. Asetelman meemille luoma kontrasti on huvittava jo lähtökohtaisesti, vaikka taustatekstinä oleva elokuvan kohtaus on kaikkea muuta kuin huvittava. Kun ajankohtaiset aiheet, kuten ympäristökatastrofi ja kaupparyhmien omien tuotteiden laatu ja kanta-asiakasohjelmien merkitys suomalaisille yhdistetään Hitlerin alaisten ilmeistä ja eleistä heijastuvaan pelkoon ja Hitlerin huutoon saadaan aikaiseksi voimakkaasti liioiteltu viitekehys ja parodinen vaikutelma.

Myös tunnetta tai asennetta kuvaavat ilmeet ja eleet luovat parodista vaikutelmaa liioittelun kautta. Upseerien kasvoilla näkyvä pelko ja Hitlerin kasvoilta ja eleistä heijastuva raivo ovat liioiteltuja, kun ne yhdistetään tekstissä ELY-keskuksen, ympäristöministerin ja Häkämiehen parjaamiseen. Myös meemin taustalla olevassa elokuvan kohtauksessa nähtävät stereotypiat hierarkkisesta armeijasta ja diktaattorista saadaan naurettaviksi, kun ne liitetään liioitellen suomalaisen kaivosyrityksen vaiheisiin. Liioittelua on myös diktaattorin stereotypian yhdistäminen suomalaiseen toimitusjohtajaan.

6 LOPUKSI

Tämän pro gradu -tutkielman tavoitteena oli ymmärtää parodiaa käyttäviä meemejä sekä meemien käyttämän parodian toimintaa. Tarkastelin tutkimuksessani meemejä parodian tyypillisenä mediamuotona 2010-luvulla. Halusin selvittää, millaista parodiaa tätä aikaa kuvaava digitaalinen mediamuoto tuo esiin ja miten.

Tutkimusaiheenani oli parodisten meemien toimintalogiikka, meemien parodian keinot sekä parodian toiminta. Tutkimuskysymyksiä oli kaksi: mikä parodisia meemejä yhdistää ja miten meemin parodia toimii?

Etsin vastauksia kysymyksiini kaksivaiheisella analyysillä, jonka ensimmäisessä osassa aineistona oli 20 meemiä ja toisessa osassa yksi ensimmäisen osan 20 meemistä. Analyysin ensimmäisen osan tuloksien perusteella pystyin erottamaan meemeistä ja niiden parodiasta yleistettäviä piirteitä. Analyysin toisen osan perusteella voin kuvailla miten parodia toimii aineistoni yhdessä meemissä.

Ystäväni vuosia sitten Facebook-seinälleni päivittämä Batman läpsäisee -meemi näyttäytyy tutkielman loppuvaiheessa hyvin erilaisena. Tutkimukseni teoreettisen viitekehyksen sekä analyysieni tuottamien tulosten ja johtopäätösten avulla ymmärrän, mitä kaikkea liittyi siihen, että meemin parodia nauratti minua.

Parodia voi käydä järkeen ja menestyä vain, jos sen nostamat mielipiteet ja aiheet ovat tulkitsijoiden joukossa yleisesti hyväksyttyjä (ks. Pullen & Rhodes 2012). Jotta meemin tulkitsija voi ymmärtää parodiaa, hänellä pitää olla tietoa meemissä esiin nostetuista ajankohtaisista aiheista ja meemin taustalla olevasta tekstistä ja sen luomasta kontekstista.

Batman läpsäisee -meemin ymmärtämiseksi minun täytyi tuntea taustalla oleva sarjakuva ja sen hahmojen suhde toisiinsa. Hitler kuulee Talvivaarasta -meemin asetelmaa, jossa Hitler rinnastetaan Pekka Perään ja upseerit Talvivaaran työntekijöihin ei voi nähdä, ellei ole perillä Talvivaaran ympärillä velloneesta katastrofista.

Nyt ymmärrän paremmin myös median murroksen vaikutuksia ja miten sen luomat mahdollisuudet johdattivat ystäväni julkaisemaan muokatun kuvan Batmanista sosiaalisessa mediassa. Mediayhteiskunnan jäsenenä meemin julkaissut ystäväni ja minä kulutamme, käytämme koemme ja joskus jopa tuotamme mediaa (Seppänen & Väliaverron 2013, 21).

Osallistumme aktiivisesti erilaisten sisältöjen kierrättämiseen, ja ilman tätä sirkulaatioksi kutsuttua ilmiötä meemit eivät kuuluisi ilmaisumuotojemme repertuaariin. Läpsäisevä Batman nosti meille ajankohtaisen ”uutisen” bilettämisestä ja rahasta ystäväni ja minun jakaman digitaalisen julkisuuden keskiöön. (Korpiola 2011, 19–21.)

Hitler kuulee Talvivaarasta -meemi on Batmania parempi esimerkki sisältöjen kierrosta, tulkinnasta ja muokkauksesta. Termi remediaatio kuvaa meemiä hyvin ja muistuttaa lainalaisuuksiltaan myös parodiaa. Remediaation avulla otetaan vanha mediasisältö käyttöön ja muokataan siitä oman näkökulman näköinen (Korpiola 2011, 19). Prosessi on tyypillistä uusille digitaalisille muodoille, kuten meemeillä, jotka muokkaavat vanhan median, kuten television, sisältöjä (emt.).

Tämän tutkielman hauskin puoli on ollut työstää huvittavaa aineistoa. Liioittelemalla erilaisia piirteitä ja aiheita meemit onnistuvat parodiallaan naurattamaan yhä uudelleen. Meemien parodian iva on parhaimmillaan, kun aiheet ovat kuumista uutisperunoista kuumimpia. Ja kuten kuva viisi³³ osoittaa, mitä räikeämpi ero taustalla olevan tekstin sekä meemissä muunnellun elementin välillä on, sen paremmat lähtökohdat parodialla on menestyä:



Kuva 5.

³³ Meemin lähde: <http://www.meemi.fi/meme/m6n2xm>. [Viitattu 5.4.2016].

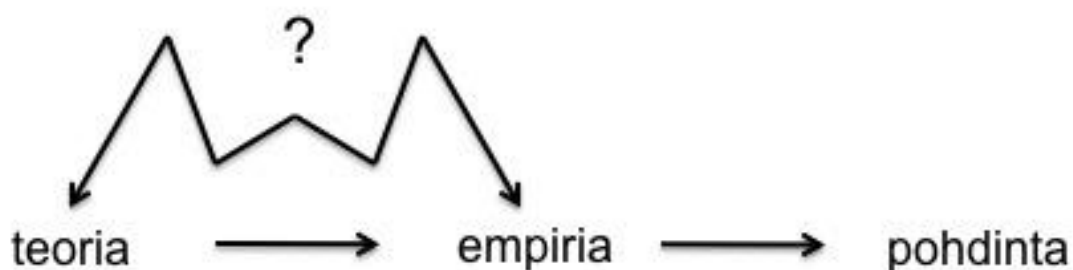
6.1 Tutkimuksen onnistumisen arviointia

Tutkimusprosessissa selkeiden tavoitteiden ja aiheen rajauksen merkitystä ei voi liiaksi korostaa. Yksi haasteeni olikin aiheeni rajojen sisällä pysyminen. Jouduin usein pysähtymään ja kysymään, mitä oikeastaan tutkin ja haluan saada selville. Tutkimuskysymykseni muotoutuivatkin lopulliseen muotoonsa vasta tutkimuksen lopussa, kun ymmärsin, mitä olin tutkinut.

Tutkimusaiheen rajauksen heikkous heijastui teoreettisen viitekehyksen rakentamiseen. Sen tekeminen oli työlästä, ja käytin aikaa sen muokkaamiseen huomattavasti, sillä sen erilaisten lähteiden ja teorioiden merkitystä työlle oli paikoin vaikea hahmottaa. Analyysini ensimmäisessä osassa käytin metodina teoriaohjaavaa analyysiä, jossa apuna käytetään selkeää ja johdonmukaista teoreettista viitekehystä.

Yksi teoriaohjaavan analyysin heikkous onkin teoreettisen viitekehyksen sekavuus suhteessa analyysiin (Eskola 2001, 137). Kun käytössä ei ole yhtä selkeärajasta teoriaa, vaan sekalainen kokoelma erilaisia aiheeseen liittyviä teorioita, aikaisempia tutkimustuloksia ja käsitteitä, on tällainen teorialuku helposti eklektinen. Teorialuvusta tulee kokoelma luettua materiaalia, joka ei johda oikeastaan mihinkään. Tutkija ei välttämättä onnistu kovinkaan hyvin hyödyntämään teoriakokoelmaansa empirialuvussa ja työn pohdintaosiossa, kuten alla oleva Eskolan kuvio kuvaa. (Emt.)

Kuvio 1



Tuomen & Sarajärven (2013, 96) mukaan ajatus havaintojen teoriapitoisuudesta on yleisesti hyväksytty periaate. Taustalla on ajatus siitä, ettei objektiivisia, "puhtaita" havaintoja ole olemassa, vaan käsitteet, tutkimusasetelma ja menetelmät ovat tutkijan asettamia ja vaikuttavat aina tuloksiin (emt.). Erilaiset tekijät ohjasivat myös omia havaintojani ja

huomioitani. Erityisen relevantti vaara on, etten ennakkokäsitysteni vuoksi kyennyt erottelemaan aineistostani tutkimusongelmani kannalta oleellisia seikkoja. Toinen kompastuskivi on johtopäätösten tekeminen. Onnistuinko tutkijana tekemään analyysistäni mielekkäitä ja perusteltuja johtopäätöksiä? Tuomen & Sarajärven (2013, 103) mukaan sisällönanalyysiä kritisoidaan erityisesti siksi, että se esittelee analyysissä järjestetyn aineiston ikään kuin tuloksina. Tutkija on voinut kuvata analyysiąn hyvinkin tarkasti, muttei ole kyennyt tekemään mielekkäitä johtopäätöksiä. Sisällönanalyysillä toteutettuja tutkimuksia kritisoidaan toisin sanoen keskeneräisyydestä. (Emt.)

Pyrin kuvaamaan tutkimusprosessini etenemistä sekä tekemiäni valintoja niin, että tämän tutkimuksen lukija osaisi mahdollisimman hyvin arvioida tutkimukseni luotettavuutta. Toin esiin miten muun muassa taustani, arvomaailmani ja huumorintajuni vaikuttavat tekemiini havaintoihin. Tutkimukseni tulosten analysointi ja johtopäätökset perustuivat omiin tutkijana tekemiini havaintoihin ja tulokset olisivat todennäköisesti erilaisia, jos ne analysoisi toinen tutkija, jolla on erilaiset lähtökohdat. Onnistuin mielestäni kohtuullisesti erottelemaan aineistostani tutkimuskysymyksieni kannalta oleellista tietoa, sillä tulokset tarjosivat minulle selkeitä johtopäätöksiä, erityisesti analyysin ensimmäisessä osassa. Sen tuloksista pystyin johtamaan teesejä, jotka vastaavat arvioni mukaan hyvin tutkimuskysymykseeni mikä parodisia meemejä yhdistää. Myös analyysin toisessa osassa jalostin tuloksista johtopäätöksiä ja pyrin tiivistämään tulosten annin.

Tavoitteenani oli ymmärtää meemejä ja niiden parodiaa. Oman arvioni mukaan onnistuin ainakin raottamaan verhoa parodiaa käyttävien meemien edestä, ja vastaamaan asettamiini tutkimuskysymyksiin. Tutkimukseni antaa väläyksen mediakulttuurista 2010-luvulla yhdestä näkökulmasta, mutta yleistettävää tai käänteentekevää tietoa se ei tarjoa. Parhaimmillaan tutkimus innostaa toisia opiskelijoita tai pidemmän linjan tutkijoita tarttumaan meemien ja parodian maailmaan.

6.2. Ideoita jatkotutkimukselle

Meemien ja parodian tutkimus Suomessa, yhdessä ja erikseen, on kokemukseni perusteella valloittamatonta maaperää. Meemien ja parodian suosion huomioon ottaen niiden tutkimus on vähäistä. Oma tutkimukseni tarjoaa vain vähän uutta tietoa ilmiöstä, mutta toimii

toivottavasti avauksena ja innoittajana aiheelle, on näkökulma sitten informaatiotieteissä, yhteiskuntatieteissä tai sosiaalitieteissä.

Oman tutkimukseni edetessä ja parodiaan ja meemeihin liittyvien tieteellisten artikkelien kautta kiinnostavaksi näkökulmaksi nousi meemien ja parodian esiin nostamat aiheet ja niiden merkitys. Omassa tutkimuksessani vain sivusin meemien aiheita, mutta niihin liittyvä potentiaali ei jäänyt huomaamatta. Mitä meemien parodioimat aiheet kertovat yleisön asenteista ja suhtautumisesta yhteiskuntaan ja sen rakenteisiin? Millaista kuvaa meemeissä parodisesti esiin nostetut aiheet meistä piirtävät?

Parodiset meemit muistuttavat mielestäni Bahtinin tutkimaa keskiaikaista karnevalismia, joka toimi vastakohtana viralliselle ja vakavalle keskiaikaiselle kulttuurille. Kuten karnevalismin parodian juuret, myös meemien parodia kumpuaa niin sanotusti kansankulttuurista. Parodisten meemien tuottaminen, kuluttaminen ja kokeminen ovat 2010-luvun kansankulttuuria parhaimmillaan. Millaisia ovat ne virallisen yhteiskunnallisen maailmankatsomuksen aiheet, joista kansa kaipaa nyt lepotaukoa? Millaisiin asioihin ja jopa epäkohtiin parodian keinoin tartutaan 2010-luvulla?

7 LÄHTEET

Aitamurto, Tanja, Heikka, Taneli, Kilpinen, Petteri & Posio, Matti (2011) *Uusi kultakausi*. Helsinki: WSOY.

Alasuutari, Pentti (2011) *Laadullinen tutkimus 2.0*. Tampere: Vastapaino.

Bahtin, Mihail (1995) *Francois Rabelais – keskiajan ja renessanssin nauru*. Helsinki: Kustannus Oy Taifuuni. (Alkuteos ilmestynyt 1965).

Burroughs, Benjamin (2013) Obama Trolling: Memes, Salutes and an Agonistic Politics in the 2012 Presidential Election. *The Fibreculture Journal* 22/2013.

Saatavissa: <http://twentytwo.fibreculturejournal.org/fcj-165-obama-trolling-memes-salutes-and-an-agonistic-politics-in-the-2012-presidential-election/>. [Viitattu 16.6.2015].

Chen, Carl (2012) The Creation and Meaning of Internet Memes in 4chan: Popular Internet Culture in the Age of Online Digital Reproduction. *Habitus*, Yale University, New Haven, 6–17. Saatavissa: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.363.7029&rep=rep1&type=pdf#page=6>. [Viitattu 25.10.2015].

Davison, Patrick (2012) The Language of Internet Memes. Teoksessa Michael Mandiberg (edit.) *The Social Media Reader*. New York and London: New York University Press. 120–134.

Dawkins, Richard (1976) *The Selfish Gene*. Oxford: Oxford University Press.

Dentith, Simon (2000) *Parody*. Lontoo: Routledge.

Docker, John (1994) *Postmodernism and Popular Culture: A Cultural History*. Cambridge: Cambridge University Press.

Dubs, Jamie (2009) Advice Dog. *Know Your Meme*.

Saatavissa: <http://knowyourmeme.com/memes/advice-dog>. [Viitattu: 10.8.2015].

Eskola, Jari (2001) Laadullisen tutkimuksen juhannustaiat. Laadullisen aineiston analyysi vaihe vaiheelta. Teoksessa Aaltola, Juhani & Valli, Raine (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*. Jyväskylä: PS-kustannus, 133–157.

Flewitt, Rosie, Hampel, Regine, Hauck Mirjam & Lancaster Lesley (2014) What are multimodal data and transcription? Teoksessa Carey Jewitt (toim.) *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*. Lontoo: Routledge. 31–59.

Helsingin Sanomat (07.11.2012) MTV3: Bäckmanin väitöskirjan aineistoa ei ole nähnyt kukaan. *Helsingin Sanomat*.

Saatavissa: <http://www.hs.fi/kotimaa/a1305613380086>. [Viitattu 13.3.2016].

Herkman, Juha & Vainikka, Eliisa (2012) *Uudet lukemisyhteisöt, uudet lukutavat*. Tampere: KopioNiini.

Hietala, Veijo (1998) Vallan naurettavat kuvat. *Tiedotustutkimus* 1(11), 13–16.

Highfield, Tim (2015) News via Voldemort: Parody accounts in topical discussions on Twitter. *New Media & Society*: 1–18. DOI: 10.1177/1461444815576703.

Saatavissa: <http://nms.sagepub.com/content/early/2015/03/17/1461444815576703>. [Viitattu 11.12.2015].

Hirvonen, Antti (28.12.2012) Uutinen on terve kun se leikkii – nämä meemit muistetaan. *Yle*.

Saatavissa: http://yle.fi/uutiset/uutinen_on_terve_kun_se_leikkii_-_nama_meemit_muistetaan/6429619. [Viitattu 13.3.2016].

Hooli, Niku (2014) *Uuden ajan satiiria: pakinan jalanjäljillä – sisällönanalyysi suomalaisesta Twitter-parodiasta*. Pro gradu -tutkielma. Tampere: Tampereen yliopisto.

Hosiaislouma, Yrjö (2003) *Kirjallisuuden sanakirja*. Juva: WS Bookwell Oy.

Hutcheon Linda (2000) *A Theory of parody. The Teachings of Twentieth-Century Art Forms*. New York: Methuen, 1985.

Häkkinen, Kaisa (2004) *Nykysuomen etymologinen sanakirja*. Juva: WS Bookwell Oy.

Jameson, Fredric (1991) *Postmodernism, Or, The Cultural Logic of Late Capitalism*. Lontoo: Verso.

Jewitt, Carey, toim. (2014) *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*. Lontoo: Routledge.

Kiviniemi, Kari (2001) Laadullinen tutkimus prosessina. Teoksessa Aaltola, Juhani & Valli, Raine (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*. Jyväskylä: PS-kustannus, 68–84.

Kolehmainen Marjo (2009) Performatiivista politiikkaa: sukupuoli ja väkivalta Puolustusvoimien mainoskampanjaa kritisoivassa vastamainonnassa. *Naistutkimus – Kvinnoforskning* 22(1): 22–33.

Saatavissa: <http://elektra.helsinki.fi/helios.uta.fi/se/n/0784-3844/22/1/performa.pdf>. [Viitattu 3.9.2015].

Kolehmainen Marjo (2006) Populaariksi piirretty politiikka: Itse Valtiaat ja poliittinen huumori. *Politiikka* 48(4): 250–261.

Saatavissa: <http://elektra.helsinki.fi/helios.uta.fi/se/p/politiikka/48/4/populaar.pdf>. [Viitattu 3.9.2015].

Kolehmainen, Marjo (2015) *Satiiriset Itse valtiat: Poliittinen huumori suomalaisessa julkisuudessa*. Väitöskirja. Tampere: Tampere University Press.

Korpiola, Lilly (2011) *Kriisiviestintä digitaalisessa julkisuudessa*. Kuopio: Infor.

Korpiola, Lilly & Nikkanen, Hanna (2012) *Arabikevät*. Vantaa: Hansaprint.

Kumar, Sangeet (2015) Contagious memes, viral videos and subversive parody: The grammar of contention on the Indian web. *International Communication Gazette* 77:3, 232–247. DOI: 10.1177/1748048514568758.

Saatavissa: <http://gaz.sagepub.com/helios.uta.fi/content/77/3/232>. [Viitattu 11.12.2015].

Kuula, Arja (2015) *Tutkimusetiikka. Aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys*. Tampere: Vastapaino.

Lee, Benjamin & LiPuma, Edward (2002) Cultures of Circulation: The Imaginations of Modernity. Teoksessa *Public Culture* 14:1.

Saatavissa: <http://web.a.ebscohost.com/helios.uta.fi/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=66182527-bfc8-4fdf-928b-afe4d96aa3ee%40sessionmgr4003&vid=5&hid=4001>. [Viitattu 16.6.2015].

Lehtonen, Mikko (2004) *Merkitysten maailma*. Tampere: Vastapaino.

- Lehtonen, Mikko (2001) *Syyskuun yhdenentoista merkitys*. Tampere: Vastapaino.
- Majava, Jere (2006) Kohti sosiaalista verkkoa. Teoksessa Aula, Pekka, Matikainen, Janne & Villi, Mikko (toim.) *Verkkoviestintäkirja*. Helsinki: Yliopistopaino. 87–97.
- Marwick, Alice (2013) Memes. *Contexts Magazine*. 12 (4).
 Saatavissa: <https://contexts.org/articles/memes/>. [Viitattu 8.10.2015].
- Matikainen, Janne (2011) Yleisöjen sukupolvet – vastaanottajista tuottajiin? Teoksessa Janne Matikainen (toim.) *Muuttuvat mediat – haasteelliset sukupolvet*. Helsinki: Infor. 14–32.
- Matikainen, Janne & Villi, Mikko (2013) *Mobiilit mediasisällöt. Sisältöjen tuottaminen, jakelu ja kulutus sosiaalisessa mediassa*. Helsingin yliopisto: Viestinnän tutkimuskeskus CRC, sosiaalitieteiden laitos.
- Oxford English Dictionary (2015). Oxford University Press.
 Saatavissa: <http://www.oed.com>. [Viitattu 15.6.2015].
- Pitkäsalo, Johanna (2011) *Kalevalaiset sankarit nykymaailman menossa – Tutkimus Johanna Sinisalon romaanista Sankarit*. Jyväskylän yliopisto: Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja 104.
- Pullen, Alison & Rhodes, Carl (2012) Parody, subversion and the politics of gender at work: the case of *Futuramas's* "Raging Bender". *Organisation* 20(4): 512–533. DOI: 10.1177/1350508412447246.
 Saatavissa: <http://org.sagepub.com/content/20/4/512>. [Viitattu 16.12.2015].
- Rose, Margaret (1995) *Parody: ancient, modern and post-modern*. Cambridge: The University of Cambridge.
- Saavalainen, Heli (03.02.2014) Aikajana: Talvivaaran kaivoksessa on ollut ympäristöongelmia alusta asti. *Helsingin Sanomat*.
 Saatavissa: <http://www.hs.fi/kotimaa/a1391401465037>. [Viitattu 13.3.2016].
- Seppänen, Janne & Väliverronen, Esa (2013) *Mediayhteiskunta*. Tallinna: Vastapaino.
- Shifman, Limor (2014) *Memes in digital culture*. Cambridge MA: The MIT Press.

Shirky, Clay (2008) *Here comes everybody. The power of organizing without organizations*. New York: The Penguin Press.

Sirkkunen, Esa (2006) Vertaismedia haastaa perinteisen joukkoviestinnän. Teoksessa Pekka Aula, Janne Matikainen & Mikko Villi (toim.) *Verkkoviestintäkirja*. Helsinki: Helsinki University Press. 137–143.

Sumiala, Johanna & Valaskivi, Katja (2013) Circulating social imaginaries: Theoretical and methodological reflections. *European Journal of Cultural Studies* 17(3): 229–243. DOI: 10.1177/1367549413508741.

Saatavissa: <http://ecs.sagepub.com/helios.uta.fi/content/17/3/229.full.pdf+html>. [Viitattu 10.12.2015].

Särmä, Saara (2014) *Junk Feminism and Nuclear Wannabes – Collaging Parodies of Iran and North Korea*. Väitöskirja. Tampere: Tampere University Press.

Tapscott, Don (2010) *Syntynyt digiaikaan. Sosiaalisen median kasvatit*. Käännös: Timo Hautala. Jyväskylä: WSOYpro Oy.

Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli (2013) *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Uotila, Otto (2013) *Anonyymit anarkistit. Suomalainen anonyymi verkkokulttuuri Ylilauta-sivustolla*. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto.

Uskali, Turo (2011) Kohti ubiikkia mediaekosysteemiä. Teoksessa Janne Matikainen (toim.) *Muuttuvat mediat – haasteelliset sukupolvet*. Helsinki: Infor. 110–117.

Vehkoo, Johanna (2013) Historiallinen uutispäivä 11.10.2012. *Storify.com*.

Saatavissa: <https://storify.com/vehkoo/uutispaiva-11-10-2012>. [Viitattu 13.3.2016].

Vilkka, Hanna (2005) *Tutki ja kehitä*. Ke uruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Väisänen, Kari (2011) Mediamuotojen sukupolvet – sanomalehdistä hybridituotteiksi. Teoksessa Janne Matikainen (toim.) *Muuttuvat mediat – haasteelliset sukupolvet*. Helsinki: Infor. 85–109.

Ylilauta 2015. Saatavissa: <http://ylilauta.org/> [Viitattu 5.11.2015].

LIITE

Hitler kuulee Talvivaarasta – videon litterointi

Kohtaus tapahtuu Adolf Hitlerin komentobunkkerissa Berliinissä. Hitler istuu huoneessa työpöytänsä takana. Pöydän toisella puolella on iso joukko henkivartijoita ja upseereja. Upseeri 1 on kumartuneena pöytää kohti, osoittaa sormellaan karttaa, puhuu hermostuneesti. Hitler kuuntelee.

UPSEERI 1

Kipsisakka altaan pohjassa on taas vuoto. Myrkkyvettä valuu etelään ja pohjoiseen. Nikkeliä, kadmiumia, arseenia ja rikkiä... Myös uraanipitoisuudet ovat hälyttävät.

Upseeri 1 oikaisee itsensä pystyyn, kuva siirtyy Hitleriin.

HITLER

Miten niin? Altaan pohjallehan pantiin suojamuovi?

Upseeri 1 on erittäin hermostunut, kasvojen iho kiiltää hiestä.

UPSEERI 1

Johtajani... Se muovi...

Kuva siirtyy Upseeri 1:n vieressä seisovaan Upseeri 2:n.

UPSEERI 2

Lähikaupassa oli vain tuorekelmua, Pirkkaa merkiltään...

Hiljaisuus. Hitler istuu tuolissaan ja ottaa hitaasti, vapisevin käsin silmälasit pois päästään.

HITLER

(puhuu rauhallisesti)

Ne teistä, jotka olivat kauppareissulla, jäävät tänne...

Suurin osa huoneessa olleista upseereista poistuu. Huoneeseen jää viisi upseeria, joista kaksi seisoo huoneen nurkassa Hitlerin takana ja kolme pöydän edessä.

HITLER

(huutaa)

Se oli virhe! Enkö ole kyllin korostanut, että ei Pirkkaa! Olisitte menneet Sotkamon S-marketiin!

Kuva siirtyy huoneen ulkopuolelle, jossa upseerit, Hitlerin sihteerit ja muu henkilökunta seisovat hiljaa ja kuuntelevat Hitlerin huutoa.

HITLER

Rainbow-kelmua.

Sihteerit 1 nyhkyttää ja Sihteerit 2 lohduttaa häntä. Kuva siirtyy takaisin huoneeseen.

HITLER

(huutaa ja nousee puhuessaan tuoliltaan)

Euroshopper-kelmua. Tai olisitte tilanneet Keskisen kyläkaupasta... olisitte saaneet samalla rahalla rullallisen jätesäkkejä.

UPSEERI 3

Mutta johtajani. ELY-keskusten ohjeet...

HITLER

(keskeyttää Upseeri 3: puheen ja huutaa)

Sanonko, mihin voit ELY-keskukseksi työntää?

UPSEERI 3

Johtaja, entä ympäristöministeri?

HITLER

(huutaa, heittää kynät kartan päälle)

Samaan paikkaan joutaa hänkin! Ja Häkämies! Se vellihousuhan on nyt karkaamassa EK:n johtoon. Muuten olisimme voineet käyttää häntä tulppana.

Hitlerin huutaessa kuva siirtyy huoneen ulkopuolelle kahteen sihteeriin. Hitlerin vaimo tulee väkijoukon läpi heidän viereensä. Kuva siirtyy Hitlerin huoneeseen.

HITLER

(huutaa)

Olisi hänestäkin edes jotakin hyötyä, kerrankin. Nyt joudumme taas paikkaamaan vuodon purukumilla.

Hitler rauhoittuu ja istuu tuolille pöytänsä ääreen.

HITLER

(puhuu rauhallisesti)

Se Suomen Luonnon blogitoimittaja on pakko saada hiljennettyä. Mahdollisimman pian. Lopullisesti.

(puhuu vihaisesti)

Onneksi ne muut ”journalistit” ovat yhtä hukassa kuin Backmanin väitöskirjan tutkimusaineisto. Onneksi ne eivät tiedä uraaninapeista. Uraaninapeissa on tulevaisuus. Tupulla, Hupulla ja Lupullakin oli sellaiset. Saamme tehtaan ja kaivoksen taas pian käyntiin.

Kuva siirtyy huoneen ulkopuolelle nyyhkyttävään Sihteeri 1:een

SIHTEERI 2

(kietoo kätensä Sihteeri 1:n harteille)

Älä huoli, Plussa-pisteesi säilyvät kyllä.

Kuva siirtyy Hitlerin huoneeseen. Hitler on rauhoittunut. Upseerit seisovat hänen pöytänsä ympärillä.

HITLER

(puhuu rauhallisesti, luovuttaneella äänellä)

Emme käyneet Nazisin taistelua turhan takia. En ymmärrä, miten ihmiset ovat unohtaneet sen. Nyt jo. Kiittämättömät. Uraaninapit saavat Suomen nousuun. Saavat katua, että nauroivat minulle... Perästä kuuluu.